

**PENGARUH MENDENGAR ACARA DIALOG AGAMA ISLAM DI  
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA  
LHOKSEUMAWE TERHADAP PENGAMALAN AGAMA  
MASYARAKAT DI KECAMATAN MUARA DUA KOTA  
LHOKSEUMAWE**

**Oleh:**

**FAUZI**

**NIM. 92212055782**

**PROGRAM STUDI: KOMUNIKASI ISLAM**



**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2014**

## **PERSETUJUAN**

Tesis berjudul

**PENGARUH MENDENGAR ACARA DIALOG AGAMA ISLAM DI  
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA  
LHOKSEUMAWE TERHADAP PENGAMALAN AGAMA  
MASYARAKAT DI KECAMATAN MUARA DUA KOTA  
LHOKSEUMAWE**

Oleh:

Fauzi

NIM. 92212052782

Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Komunikasi Islam (M. Kom. I) pada Program Studi Komunikasi Islam  
Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara - Medan

Medan, 29 Nopember 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Syukur Kholil, MA  
NIP. 19640209 198903 1 003

Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS  
NIP. 13570481

## **PENGESAHAN**

Tesis berjudul: **“PENGARUH MENDENGAR ACARA DIALOG AGAMA ISLAM DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA LHOKSEUMAWE TERHADAP PENGAMALAN AGAMA MASYARAKAT DI KECAMATAN MUARA DUA KOTA LHOKSEUMAWE”** an. Fauzi NIM. 92212052782 Program Studi Komunikasi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara - Medan pada tanggal 26 Februari 2014.

Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Komunikasi Islam (M. Kom.I) pada Program Studi Komunikasi Islam.

Medan, 26 Februari 2014  
Panitia Sidang Munaqasyah Tesis  
Program Pascasarjana IAIN – SU Medan

Ketua

Sekretaris

(Prof. Dr. Katimin, MA)  
Nip. 196507051993031003

(Dr. Faisar Ananda, MA)  
Nip. 196407021992031003

Anggota

1. (Prof. Dr. Katimin, MA)  
Nip. 196507051993031003

2. (Dr. Faisar Ananda, MA)  
Nip. 196407021992031003

3. (Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA)  
Nip. 196402091989031003

4. (Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS)  
Nip. 13570481

**Mengetahui**  
**Direktur PPs IAIN – SU**

**Prof. Dr. Nawir Yuslem, MA**  
**Nip. 19580815198503100**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fauzi

NIM : 92212052782

Tempat/Tgl.Lahir : Pidie, 5 Mei 1966

Pekerjaan : Dosen STIKES Muhammadiyah Lhokseumawe

Alamat : Jalan.Darussalam Gg.Amal No. 2A Hagu Selatan

Lhokseumawe

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul: **“PENGARUH MENDENGAR ACARA DIALOG AGAMA ISLAM DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA LHOKSEUMAWE TERHADAP PENGAMALAN AGAMA MASYARAKAT DI KECAMATAN MUARA DUA KOTA LHOKSEUMAWE”** adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya sebagai referensi. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 17 Februari 2014

Penulis

Fauzi

NIM. 92212052782

## ABSTRAK

Fauzi, NIM. 92212052782. **“Pengaruh Mendengar Acara Dialog Agama Islam di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pengamalan Agama Masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe”**. Tesis Pascasarjana IAIN Medan Sumatera Utara 2014.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional bertujuan untuk mengetahui pengaruh mendengar acara dialog agama Islam RRI Lhokseumawe (X) dengan indikator: frekuensi penyiaran, durasi penyiaran, materi siaran, waktu penyiaran dan narasumber terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe (Y), dengan indikator: shalat, puasa, zakat/infak. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berbentuk angket dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dari masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Setelah dilakukan uji instrumen terhadap variabel X yaitu acara dialog agama Islam di RRI terdiri dari 26 item pertanyaan dan variabel Y yaitu pengamalan agama terdiri dari 25 item pertanyaan dengan menggunakan teknik *Pearson Corelation* yang diujicobakan kepada 20 responden diluar sampel penelitian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item angket dinyatakan valid. Begitu juga uji reliabilitas dengan teknik *Cronbach Alpha*, kedua variabel dinyatakan reliabel sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

Data penelitian diolah dan dianalisis secara deskriptif dan statistik dengan menggunakan Program SPSS ver.19. Dari hasil uji persyaratan analisis, yaitu uji normalitas data dan uji linieritas, menunjukkan variabel X dan Y berdistribusi normal dan linier sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel X yaitu acara dialog agama Islam di RRI memiliki pengaruh terhadap variabel Y yaitu pengamalan agama pada taraf signifikansi 5% sebesar 4,229 dari hasil uji F. Sedangkan dari hasil korelasi dengan korelasi *Product Moment* pada taraf signifikansi 5% sebesar 0,203, maka dapat dinyatakan kedua variabel berkorelasi. Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa kebanyakan responden yang menyatakan tentang acara dialog agama Islam di RRI sebesar 31% dan kebanyakan responden yang menyatakan tentang pengamalan agama sebesar 27%. Pengaruh variabel X yaitu acara dialog agama Islam di RRI sebesar 4,1% terhadap variabel Y yaitu pengamalan agama, sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dan koefisien regresi 0,210 dan konstanta sebesar 84,460. Dengan demikian hipotesis yang penulis teliti yaitu ada pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe diterima.

## **ABSTRACT**

Fauzi , NIM . 92,212,052,782 . " The influence of Hearing Islamic Dialogue on Public Radio Broadcasting of the Republic of Indonesia Lhokseumawe Against Public religious practice in Muara Dua Lhokseumawe ". The Graduate Thesis of IAIN Medan, North Sumatra , 2014. This research is correlational quantitative research aimed to determine the effect of hearing Islamic dialogue on RRI Lhokseumawe ( X ) with the indicators: broadcasting frequency , broadcasting duration, broadcasting material, broadcasting time, and broadcasting speakers on public religious practice in Muara Dua Lhokseumawe ( Y ), with the indicators : prayer, fasting, charity / donation. Data were collected using a questionnaire in the form of questionnaire with the number of respondents were 100 people from the community in Muara Dua Lhokseumawe. After testing the instrument to variable X that is Islamic dialogue on RRI which consists of 26 questions and the variable Y religious practice wchich consists of 25 questions using Pearson Correlation techniques tested on 20 respondents out of the sample of study, it can be concluded that all questionnaires are valid. Likewise reliability tests with Cronbach Alpha technique, both variables are declared reliable so that further testing can be done.

The research data were processed and analyzed using descriptive statistics and SPSS ver.19. From the results of the analysis of test requirements , the test of data normality and linearity test , shows the variables X and Y are normally distributed and linear so that further testing can be done . The test results indicate that the variable X hypothesis that is ilamic dialogue on RRI has an influence on the variable Y that is the practice of religion , the 5% significance level of 4.229 for F test results While the results of the correlation product moment correlation at 5% significance level of 0.203 , it can be concluded that both variables are correlated. The descriptive test results showed that most respondents saying about Islamic dialogue on RRI of 31% and a majority of respondents who stated on religious practice by 27 % . Effect of variable X is the islamic dialogue on RRI of 4.1 % to variable Y is the practice of religion , the rest is influenced by other factors . And regression coefficient of 0.210 and 84.460 constants .Thus, the hypothesis of the research that is the influence of Hearing Islamic Dialogue on Public Radio Broadcasting of the Republic of Indonesia Lhokseumawe Against Public religious practice in Muara Dua Lhokseumawe is accepted.

## الملخص

فوزي نيم . 92212052782 . " تأثير حوار الإسلامي السمع حدث في العام يذيع راديو Republik اندونيسيا وكسيماوى ضد الممارسات الدينية العامة في موارد دوا وكسيماوى " . أطروحة الدراسات العليا IAIN ميدان، شمال سومطرة ، عام 2014.

هذا البحث هو البحث الكمي علانقية التي تهدف إلى تحديد أثر سماع الحوار الإسلام RRI وكسيماوى ( X ) مع مؤشرات : تردد البث والإذاعة والمدة، و المواد البث، ومكبرات الصوت تبث الوقت على الممارسات الدينية العامة في موارد دوا وكسيماوى ( Y ) ، مع مؤشرات : الصلاة ، والصيام ، والصدقة / التبرع. وقد تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان استمارة استبيان مع عدد من المشاركين كانوا 100 شخص من المجتمع في موارد دوا وكسيماوى . بعد اختبار أداة ل X متغير التي تظهر الإسلام في الحوار RRI يتكون من 26 بنداً ، و مسألة ممارسة الشعائر الدينية يتكون Y متغير من 25 بنود السؤال باستخدام تقنيات الارتباط بيرسون يتم اختبارها على 20 المحبيين خارج عينة الدراسة ، فإنه يمكن استنتاج أن جميع البنود الاستبيان هو صالح. كذلك اختبارات الموثوقية مع تقنية كرونباخ ألفا ، يتم تعريف المتغير الثاني موثوقة بحيث يمكن أن يتم إجراء مزيد من التجارب .

تم معالجة بيانات البحوث و تحليلها باستخدام الإحصاء الوصفي و SPSS ver.19 . من نتائج تحليل متطلبات الاختبار ، و الحياة الطبيعية البيانات و اختبار اختبار الخطي ، ويظهر توزيع عادة المتغيرات X و Y و الخطية بحيث يمكن أن يتم إجراء مزيد من التجارب . نتائج الاختبار تشير إلى أن المتغير X فرضية أن الحوار في الإسلام RRI لها تأثير على Y متغير هو ممارسة الدين ، مستوى الدلالة 5 % من 4.229 ل نتائج الاختبار F في حين أن نتائج علاقة الارتباط حطة المنتج بنسبة 5% من مستوى الدلالة 0.203 ، فإنه يمكن التعبير عن كل من المتغيرات المترابطة . وأظهرت نتائج الاختبار Deskriptif أن معظم المستطلعين يقولون عن الإسلام في الحوار RRI من 31 % وأغلبية المستجيبين الذين أفادوا على ممارسة الشعائر الدينية بنسبة 27 % . تأثير X المتغير هو الحوار في RRI الدين الإسلامي من 4.1 % إلى متغير Y هو ممارسة الدين ، ويتأثر بقية بعوامل أخرى . و معامل regresi من 0.210 84.460 و الثوابت . وبالتالي، فإن الفرضية القائلة بأن هناك كتاب الضميري سماع تأثير الإسلام في الحوار العام يذيع راديو إندونيسيا وكسيماوى ضد الممارسات الدينية العامة في موارد دوا وكسيماوى مقبولة .

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur disampaikan kepada Allah swt yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, ma'unah dan 'inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis berjudul: “Pengaruh Mendengar Acara Dialog Agama Islam di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Lhokseumawe Terhadap Pengamalan Agama Masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Muhammad saw yang telah membuka cakrawala berpikir kepada umat manusia.

Penulisan tesis merupakan salah satu sayarat untuk mendapatkan gelar Magister Komunikasi Islam pada Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara - Medan setelah melalui proses pengajuan proposal penelitian, pengumpulan data, analisis data sampai penulisan laporan penelitian tesis ini, tidak sedikit hambatan yang peneliti hadapi. Akan tetapi dengan kesabaran dan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, akhirnya tesis ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu sepantasnya pada lembaran ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nawir Yuslem, MA selaku Direktur Program Pascasarjana IAIN Sumater Utara – Medan.
2. Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA selaku ketua Prodi Komunikasi Islam Program Pascasarjan IAIN Sumatera Utara – Medan sekaligus selaku



pembimbing I yang telah memberikan masukan positif dan konstruktif dalam penulisan tesis ini.

3. Bapak Prof. Dr. Suwardi Lubis, MA selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan sangat berarti dalam penulisan tesis ini.
4. Segenap Civitas Akademika dan staf di lingkungan Program pascasarjana IAIN Sumatera Utara – Medan.
5. Ayah-bunda tercinta yang telah mendidik penulis hingga menjadi seperti sekarang ini.
6. Istri tercinta Dra.Marhamah yang telah memberikan motivasi luar biasa dalam penyelesaian tesis ini dan senantiasa mendukung pada saat bersama-sama menyelesaikan studi pada Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara – Medan dan selalu menjadi inspirasi bagi penulis untuk terus meraih pendidikan tinggi.
7. Anak-anak tercinta, M.Faishal Qadry Adiga, M.Althaf Gauhar Ar-Rizky Adiga dan Shafira Ulfa Rahmani, yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis dalam menyelesaikan tesis dan studi.
8. Ibrahim, SKM, M. Kes Ketua STIKes Muhammadiyah Lhokseumawe yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam penyelesaian studi.
9. Kanda Ir. Mawardi, Kepala Dinas PSDA Kab. Aceh Utara yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
10. Teman-teman sejawat dan semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penelitian ini masih memiliki kekurangan meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin, karena memang kesempurnaan hanya milik Allah swt. Karena itu penulis sangat mengharapkan sumbang saran dari seluruh pihak agar tesis ini dapat memberi makna bagi pengembangan keilmuan khususnya di bidang komunikasi Islam. *Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Medan, 26 Februari 2014

Penulis

Fauzi

NIM. 92212052782

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
 BAB I           PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	7
 BAB II           KERANGKA TEORI DAN KONSEP	
A. Sistem Komunikasi Massa	
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	9
2. Fungsi Komunikasi Massa.....	15
3. Ciri-ciri Komunikasi Massa.....	19
B. Media Radio	
1. Pengertian Radio.....	22
2. Karakteristik Radio.....	24

	3. Fungsi Radio.....	28
	C. Landasan Teori	
	1. Teori Stimulus Organisme Response (SOR).....	30
	2. Efek Kehadiran Media Massa.....	43
	D. Kajian Terdahulu.....	47
	E. Kerangka Berpikir.....	50
	F. Hipotesis.....	52
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	54
	B. Pendekatan Penelitian.....	56
	C. Populasi Dan Sampel.....	57
	D. Sumber Data.....	60
	E. Pengukuran Variabel.....	61
	F. Kisi-kisi Instrumen.....	62
	G. Instrumen Pengumpul Data.....	63
	H. Uji Coba Instrumen.....	64
	I. Teknik Analisis Data.....	70
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	74
	B. Pengujian Persyaratan Analisis	
	1. Pengujian Normalitas Data.....	105
	2. Pengujian Linieritas.....	108
	C. Pengujian Hipotesis.....	109

	D. Hasil Pembahasan.....	114
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	119
	B. Saran.....	120
	DAFTAR BACAAN.....	121
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data penduduk Kecamatan Muara Dua.....	54
Tabel 2.	Jumlah sarana kesehatan di Kecamatan Muara Dua.....	56
Tabel 3.	Jumlah sarana pendidikan di Kecamatan Muara Dua.....	56
Tabel 4.	Jumlah sarana Ibadah di Kecamatan Muara Dua.....	56
Tabel 5.	Alokasi Proporsional Sampel.....	59
Tabel 6.	Kisi-kisi instrumen penelitian.....	62
Tabel 7.	Hasil uji validitas variabel X.....	66
Tabel 8.	Hasil uji validitas variabel Y.....	67
Tabel 9.	<i>Reliability Statistic</i> acara dialog agama Islam di RRI (X).....	69
Tabel 10.	<i>Reliability Statistic</i> pengamalan agama (Y).....	70
Tabel 11.	Distribusi skor variabel acara dialog agama Islam di RRI (X).....	74
Tabel 12.	Distribusi frekuensi data variabel acara dialog agama Islam di RRI (X).....	74
Tabel 13.	Frekuensi acara dialog agama Islam sudah mencukupi.....	77
Tabel 14.	Frekuensi acara dialog agama Islam sebaiknya ditambah.....	77
Tabel 15.	Durasi acara dialog agama Islam sudah mencukupi.....	78
Tabel 16.	Durasi Acara Dialog Agama Islam Sebaiknya Ditambah.....	78
Tabel 17.	Materi acara dialog agama Islam beragam.....	79
Tabel 18.	Materi acara dialog agama Islam berkualitas.....	79
Tabel 19.	Materi acara dialog agama Islam bermanfaat.....	80
Tabel 20.	Materi acara dialog agama Islam menarik.....	80
Tabel 21.	Materi acara dialog agama Islam sesuai dengan situasi masyarakat.	81
Tabel 22.	Materi ibadah sebaiknya ditambah.....	81

Tabel 23.	Materi sosial kemasyarakatan sebaiknya ditambah.....	82
Tabel 24.	Materi akidah sebaiknya ditambah.....	82
Tabel 25.	Materi pendidikan sebaiknya ditambah.....	83
Tabel 26.	Materi kesehatan sebaiknya ditambah.....	83
Tabel 27.	Penyampaian materi perlu diulang-ulang sehingga lebih jelas.....	84
Tabel 28.	Sebaiknya diperbanyak materi terkini/kontemporer.....	84
Tabel 29.	Waktu penyiaran acara dialog agama Islam sudah sesuai dengan sasaran.....	85
Tabel 30.	Waktu penyiaran acara dialog agama Islam disesuaikan dengan situasi.....	85
Tabel 31.	Waktu penyiaran acara dialog agama Islam khusus Ramadhan perlu perubahan.....	86
Tabel 32.	Ustad yang menjadi narasumber dari kalangan agamis.....	86
Tabel 33.	Ustad yang menjadi narasumber juga dari kalangan profesional.....	87
Tabel 34.	Ustad yang menjadi narasumber sebaiknya yang berkualitas dibidangnya.....	87
Tabel 35.	Ustad yang menjadi narasumber sebaiknya bergantian laki-laki juga Perempuan.....	88
Tabel 36.	Penyampaian ustad menarik.....	88
Tabel 37.	Penyampaian ustad harus jelas dan mendalam.....	89
Tabel 38.	Acara dialog agama Islam sebaiknya diselengi dengan kuis.....	89
Tabel 39.	Distribusi skor variabel pengamalan agama (Y).....	90
Tabel 40.	Distribusi frekuensi data variabel pengamalan agama (Y).....	91
Tabel 41.	Saya melaksanakan shalat fardhu di awal waktu.....	93
Tabel 42.	Saya melaksanakan shalat fardhu secara berjama'ah.....	93

Tabel 43.	Saya melaksanakan shalat fardhu lima waktu sehari semalam.....	94
Tabel 44.	Saya melaksanakan shalat di Masjid.....	94
Tabel 45.	Saya melaksanakan shalat sunnat rawatib.....	95
Tabel 46.	Saya melaksanakan shalat sunnat tahajud setiap malam.....	95
Tabel 47.	Saya melaksanakan shalat sunnat jenazah setiap bertakziah.....	96
Tabel 48.	Saya Melaksanakan Puasa Ramadhan Merupakan Kewajiban.....	96
Tabel 49.	Saya melaksanakan puasa Ramadhan untuk meningkatkan ketaqwaan.....	97
Tabel 50.	Saya melaksanakan puasa Ramadhan, aaya dapat merasakan penderitaan orang lain.....	97
Tabel 51.	Saya melaksanakan puasa Ramadhan setiap tahun.....	98
Tabel 52.	Saya melaksanakan puasa sunnat.....	98
Tabel 53.	Saya melaksanakan puasa Ramadhan sebulan penuh.....	99
Tabel 54.	Setiap habis Ramdhan, saya terus berupaya menggantikan puasa yang tinggal.....	99
Tabel 55.	Saya selalu mengeluarkan zakat fitrah.....	100
Tabel 56.	Saya selalu mengeluarkan zakat harta setiap tahun.....	100
Tabel 57.	Saya berinfaq ke Mesjid setiap datang ke pengajian.....	101
Tabel 58.	Saya berinfaq setiap ada orang meminta bantuan ke rumah.....	101
Tabel 59.	Saya berinfaq kepada anak yatim piatu.....	102
Tabel 60.	Saya berinfaq tidak pernah memberikan nama.....	102
Tabel 61.	Saya bahagia berinfaq karena bisa membantu orang lain.....	103
Tabel 62.	Saya berinfaq untuk membersihkan harta.....	103
Tabel 63.	Saya berinfaq untuk mensucikan diri.....	104



Tabel 64.	Saya berinfak ke Mesjid setiap jum'at.....	104
Tabel 65.	Saya berinfak ke mesjid setiap hari raya.....	105
Tabel 66.	Hasil uji normalitas.....	106
Tabel 67.	Hasil uji linieritas.....	109
Tabel 68.	Hasil descriptive statistics.....	110
Tabel 69.	Hasil uji-T.....	111
Tabel 70.	Hasil uji-F.....	112
Tabel 71.	Korelasi Product Moment.....	113
Tabel 72.	Hasil uji-R.....	114

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.	Teori Stimulus Organisme Response (SOR).....	31
Gambar 2.	Distribusi Frekuensi Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X).....	76
Gambar 3.	Distribusi Variabel Pengamalan Agama (Y).....	92
Gambar 4:	Histogram.....	107
Gambar 5:	Normal P-P Plot.....	107

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam adalah ajaran Allah yang sempurna dan diturunkan untuk mengatur kehidupan individu dan masyarakat. Akan tetapi kesempurnaan ajaran Islam hanya merupakan ide, jika tidak disampaikan kepada manusia lebih-lebih jika ajaran itu tidak diamalkan dalam kehidupan. Karena itu dakwah atau penyiaran Islam merupakan suatu aktifitas yang sangat penting dan Islam adalah agama dakwah. Dakwah adalah komunikasi antar umat manusia yang berisi pesan-pesan ajaran Islam berupa ajakan, seruan, nasehat kepada yang ma'ruf dan menjauhi yang munkar, sehingga untuk mencapai hasil yang diharapkan dibutuhkan pengetahuan komunikasi.<sup>1</sup>

Sebagai agama dakwah, Islam mewajibkan umatnya untuk melakukan internalisasi, transmisi, difusi, transformasi dan aktualisasi syari'at Islam dengan berbagai metode dan media, yang bersumber pada Alquran dan Sunnah Rasul. Setiap umat Islam wajib berdakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Dijelaskan dalam Alquran surah an-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

---

<sup>1</sup> M. Aminuddin S Anwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang: IAIN Walisongo, Fakultas Dakwah, 1985), h. 4.

Artinya:”Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”.

Dengan demikian yang dimaksud dengan penyiaran Islam adalah komunikasi Islam, yaitu proses penyampaian pesan-pesan keIslaman meliputi akidah (iman), syariah (Islam) dan akhlak (ihsan), dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Tujuan komunikasi Islam ialah memberi kabar gembira dan ancaman, mengajak kepada yang ma’ruf dan mencegah kemungkaran, memberi peringatan kepada yang lalai, menasehati dan menegur, dijelaskan dalam Alquran surah Ali-Imran ayat 110:

كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

Artinya:”Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar”.

Hal tersebut sebagai ikhtiar seorang muslim untuk membuat syari’at Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan. Dakwah juga harus dilaksanakan secara bijaksana sesuai dengan keadaan dan perkembangan zaman. Dalam sistem dakwah, media bukan hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi memiliki peran dan kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah. Terutama dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi sangat penting. Media dakwah mempunyai peranan atau

kedudukan yang sama dibanding yang lain, seperti metode dakwah, objek dakwah dan sebagainya.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin pesat, ditandai dengan munculnya berbagai media komunikasi sehingga dapat memperkecil jarak antara komunikator dengan komunikan. Dari berbagai media komunikasi, radio merupakan media massa yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses informasi. Karena radio merupakan sarana tercepat dalam penyampaian informasi, selain murah dan mudah. Dengan adanya radio, seluruh informasi dapat disebarluaskan dalam waktu yang singkat, bahkan sampai dengan daerah yang belum terjangkau sekalipun oleh media lainnya. Melalui radio pula komunikasi yang akan disampaikan dapat diterima secara bersamaan walaupun ditempat yang berbeda dan terpencar.<sup>3</sup> Karena itu keberadaan radio sebagai media dakwah memiliki posisi yang strategis.

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar) yang berfungsi sebagai media ekspresi komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media inajinasi, sehingga radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara ataupun informasi melalui telinga pendengar.<sup>4</sup> Karena itu radio mempunyai andil yang cukup besar dalam penyiaran agama Islam kepada masyarakat, disamping dapat meningkatkan, menarik dan mempengaruhi masyarakat untuk mengamalkan

---

<sup>2</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 164

<sup>3</sup> Palapah & Syamsuddin, *Pengantar Ilmu komunikasi*, (Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, 1983), h. 107.

<sup>4</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LKIS, 2001), h. 9

ajaran agama dalam kehidupannya melalui program siaran agama. Dengan kata lain siaran agama dalam radio sangat dimungkinkan dapat mempengaruhi perilaku keagamaan pendengar.

Dalam menunjang penyiaran Islam perlu diusahakan usaha-usaha yang cepat dan konkrit, baik dalam bentuk metode atau media yang akan dipakai untuk berdakwah. Untuk itu harus dimanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi agar mencapai hasil yang lebih baik. Peranan radio sebagai media penyiaran Islam dipandang penting, karena peminat radio secara umum nomor dua terbanyak setelah televisi. Radio sebagai media komunikasi memiliki daya guna yang tinggi bagi pendengar, apalagi dengan siaran yang mengandung unsur agama yang banyak memberikan manfaat bagi pendengar terutama dalam pemenuhan kebutuhan rohani mereka.<sup>5</sup>

Mengingat banyaknya jumlah khalayak pendengar radio, luasnya jangkauan siaran, lamanya waktu yang digunakan untuk mendengar radio dan besarnya pengaruh radio kepada masyarakat, maka sudah semestinya radio dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai media penyiaran Islam. Penyiaran Islam melalui radio saat ini semakin mendapat perhatian masyarakat, baik oleh pendengar maupun pengelola radio. Saat ini banyak lahir stasiun radio yang bernuansakan Islam dan siaran agama mulai menjadi salah satu siaran yang diminati khalayak. Disamping itu banyaknya radio yang menjadikan hari jumat khusus menyiarkan agama Islam dengan beraneka ragam paket siaran,

---

<sup>5</sup> Aep Kusnawan, *Komunikasi & Penyiaran Islam Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar Media Cetak, Radio, televisi, Film dan Digital*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), h. 51.

menunjukkan kondisi objektif penyiaran Islam di radio saat ini sudah mulai bervariasi. Variasi siaran agama Islam tampak pada konten (isi) siaran dan kemasan dengan berbagai format diantaranya dialog interaktif.

RRI Lhokseumawe sebagai lembaga penyiaran publik, mempunyai misi mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan dan memberdayakan serta mendorong ketaifitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa.<sup>6</sup> Salah satu klasifikasi siaran pendidikan di RRI Lhokseumawe adalah siaran agama. Format acara siaran agama Islam dikemas dengan berbagai format diantaranya format uraian dan format dialog interaktif. Salah satu acara yang dikemas dengan format dialog interaktif yaitu acara dialog agama Islam. Acara dialog agama Islam ini disiarkan satu kali seminggu setiap hari jum'at pukul 16.00 Wib dengan durasi 1 jam dan dalam program khusus Ramadhan acara ini disiarkan setiap hari, dengan melibatkan pendengar melalui telepon dan pesan singkat (SMS) serta menghadirkan narasumber dari berbagai profesi.

Acara dialog agama Islam banyak mendapat tanggapan pendengar, terlihat dari banyaknya respon melalui telepon dan pesan singkat (SMS). Sejalan dengan tujuan siaran pendidikan di RRI Lhokseumawe, maka acara dialog agama Islam ini diharapkan dapat memberikan perubahan terhadap pengamalan agama masyarakat. Namun selama ini belum pernah diteliti bagaimana acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe dan bagaimana pengamalan agama

---

<sup>6</sup> LPP RRI, *Pedoman Penyelenggaraan Siaran Programa Satu Dan Dua*, (Jakarta: LPP RRI, 2011), h. 5.

masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe serta adakah pengaruh mendengarkan acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe. Padahal masalah ini sangat perlu diteliti, karena itu penulis merasa tertarik untuk meneliti masalah ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Secara umum masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe ? Namun agar lebih terarah dan fokus, secara khusus masalah dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimanakah acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe ?
2. Bagaimanakah pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe ?
3. Apakah ada pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhok seumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe terhadap



pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.

Secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Mengetahui acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe.
2. Mengetahui pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.
3. Mengetahui pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai berikut :

1. Dapat menjadi bahan masukan bagi pimpinan LPP RRI Lhokseumawe khususnya dan pihak-pihak lain yang memerlukan umumnya, tentang acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe, pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua dan pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama dalam masyarakat di Kecamatan Muara Dua.
2. Dapat menjadi bahan masukan bagi pimpinan LPP RRI Lhokseumawe dalam upaya meningkatkan kualitas siaran agama sesuai dengan minat dan keinginan pendengar.
3. Dapat menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu komunikasi massa.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan hasil penelitian ini dibagi kepada lima bab, dan setiap bab terdiri dari beberapa pasal. Pada Bab I diuraikan latar belakang masalah yang menggambarkan kondisi objektif dan idealnya, sehingga nampak adanya penyimpangan atau masalah. Dilanjutkan dengan pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan hasil penelitian dalam upaya pemecahan masalah kedepan.

Pada Bab II diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan kerangka teori dan konsep, yang dimulai dengan menggambarkan sistem komunikasi massa dan media radio. Kemudian dijelaskan juga landasan teori, yaitu teori *Stimulus Organisme Response (S-O-R)* dari Hovland, Jenis dan Kelley, kekurangan dan kelebihan teori tersebut dan dijelaskan pula teori efek kehadiran media massa. Untuk memperjelas konsep-konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini, maka dalam pasal berikutnya dikemukakan kerangka konsep, yaitu kajian terdahulu, kerangka berpikir dan berikutnya perumusan hipotesis.

Bab III merupakan bab tentang metodologi penelitian yang meliputi tempat dan waktu penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, penjelasan tentang populasi dan sampel serta sumber data. Kemudian penjelasan tentang pengukuran variabel dan definisi operasional variabel penelitian, kisi-kisi instrumen, instrumen pengumpul data, uji coba instrumen dan hasil uji coba serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada Bab IV dibahas mengenai hasil penelian dan pembahasan yang dimulai dengan deskriptif data hasil penelitian, pengujian persyaratan analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan bab kesimpulan dan saran-saran. Dalam kesimpulan akan coba dijawab secara ringkas semua pertanyaan penelitian. Kemudian diajukan beberapa saran untuk perbaikan pada masa-masa mendatang.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI DAN KONSEP**

#### **A. Sistem Komunikasi Massa**

##### **1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.<sup>7</sup> Kemampuan untuk menjangkau ribuan atau bahkan jutaan orang merupakan ciri dari komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.<sup>8</sup> Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses sebuah medium

---

<sup>7</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 71.

<sup>8</sup> Jalaluddin Rahkmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosydakarya, 1994), h. 189.

massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur atau membujuk.<sup>9</sup>

Menurut Cangara, komunikasi massa adalah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya melalui media atau alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.<sup>10</sup> Sedangkan media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis.<sup>11</sup> Media massa merupakan saluran penyampaian pesan kepada komunikan yang relatif tidak terbatas dan bersifat heterogen. Media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak mulai dari proses kognitif hingga afektif maupun behavioral.

Dalam perspektif Islam, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian atau pengoperan hakikat kebenaran agama Islam kepada khalayak yang dilaksanakan secara terus menerus dengan berpedoman kepada Alquran dan Sunnah, baik secara langsung atau tidak melalui perantaraan media umum atau khusus yang bertujuan untuk membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek akidah, ibadah dan mu'amalah.<sup>12</sup> Islam meletakkan inspirasi tauhid sebagai parameter pengembangan teori komunikasi dan informasi.

---

<sup>9</sup> John Vivian, *The Media of Mass Communication*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 450.

<sup>10</sup> Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 36.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 165.

<sup>12</sup> Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*, (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h. 2

Alquran menyediakan seperangkat aturan dalam prinsip berkomunikasi diantaranya , yaitu:

1. Prinsip Qaulan Sadida

Qaulan sadida berarti pembicaraan atau perkataan yang benar dan tegas, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, jujur dan tidak merakayasa atau memanipulasi fakta. Dijelaskan dalam Alquran surat an-Nisa' ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ

وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah, orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.

2. Prinsip Qaulan Baligha.

Perkataan yang baligh adalah perkataan yang merasuk dan membekas di jiwa, mengandung unsur bahasa yang tepat, sesuai dengan yang dikehendaki dan isi perkataan adalah suatu kebenaran. Prinsip ini menekankan komunikator menyampaikan pesan secara komunikatif, mudah dimengerti dan tepat sasaran. Dijelaskan dalam Alquran surat an-Nisa ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ

قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: "Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka, karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka".

### 3. Prinsip Qaulan Karima.

Komunikator Islam harus menggunakan perkataan yang baik dan mulia, suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan yang dapat menyenangkan hati komunikan. Dijelaskan dalam Alquran surat al-Baqarah ayat 263:

مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذًى وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ

قَوْلٌ

Artinya: "Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun".

### 4. Prinsip Qaulan Maysura

Segala bentuk perkataan yang baik, lembut dan melegakan atau menjawab dengan cara yang baik dan alasan-alasan yang rasional. Dijelaskan dalam Alquran surat al-Isra' ayat 28:

وَأَمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

Artinya: "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhannya yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang mudah".

#### 5. Prinsip Qaulan Layyina

Qaulan layyina berarti pembicaraan yang lemah lembut dengan suara yang enak didengar dan penuh keramahan sehingga dapat menyentuh hati komunikan. Dijelaskan dalam Alquran surat Thaha ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Artinya: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut".

Alquran menjelaskan tentang cara berkomunikasi sehingga pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut dapat dipahami, maka pesan disampaikan secara sederhana dengan menggunakan bahasa yang dapat dipahami komunikan. Rasulullah saw bersabda:

حدثوا الناس بما يعرفون، أتحبون أن يكذب الله ورسوله

Artinya: "Berbicaralah kepada manusia dengan apa-apa yang mereka pahami, apakah kau suka Allah dan RasulNya didustakan?" (H.R. Bukhari).

Dijelaskan dalam Alquran surat Ibrahim: 4

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

Artinya: “Kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka....”.

Dalam surat al-Isra’: 89

وَلَقَدْ صَرَّفْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ فَأَبَى أَكْثَرُ النَّاسِ إِلَّا كُفُورًا

Artinya:”Dan sesungguhnya Kami telah mengulang-ulang kepada manusia dalam Al Qur'an ini tiap-tiap macam perumpamaan, tapi kebanyakan manusia tidak menyukai kecuali mengingkari (nya)”.

Kebutuhan komunikasi adalah kebutuhan kodrati manusia yang merupakan syarat mutlak bagi perkembangan manusia, baik secara individu maupun anggota masyarakat. Kebutuhan manusia terhadap informasi semakin banyak disebabkan tuntutan kehidupan sesuai dengan bidang masing-masing. Komunikasi massa selaku lembaga penyebar informasi akan selalu memperbanyak informasinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menjadi konsumennya. Proses komunikasi massa terlihat dalam bentuk:

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar.
2. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi interaktif diantara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang disampaikan oleh komunikan ke



komunikator sifatnya sangat terbatas, sehingga tetap saja didominasi oleh komunikator.

3. Proses komunikasi massa berlangsung secara simetris diantara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi diantara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.
4. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
5. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (market) di masyarakat, seperti radio melakukan penyiaran karena adanya masyarakat yang mendengarkan acara itu.<sup>13</sup>

## **2. Fungsi Komunikasi Massa**

Membicarakan fungsi komunikasi massa berarti membicarakan fungsi media massa, karena komunikasi massa diartikan komunikasi lewat media massa. Fungsi komunikasi massa, yaitu:

### **1. Informasi**

Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan, disamping iklan juga dalam beberapa hal memiliki fungsi memberikan informasi.

---

<sup>13</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 33.

## 2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media massa menduduki posisi yang paling tinggi, karena masyarakat menjadikan media massa sebagai media hiburan.

## 3. Persuasi

Fungsi persuasi komunikasi massa tidak kalah pentingnya dengan fungsi informasi dan hiburan. Bagi Josep A.Devito (1997) fungsi persuasi dianggap sebagai fungsi yang paling penting dari komunikasi massa. Media massa sering kali membuat atau mengukuhkan nilai-nilai yang sudah diyakini masyarakat sebelumnya. Media massa juga mampu menggerakkan seseorang untuk berbuat sesuatu hal dan tidak berbuat hal lain.<sup>14</sup>

Sesuai dengan tujuannya, komunikasi massa mempunyai fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi, sehingga komunikasi massa memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak. Selain dampak positif, komunikasi massa juga berdampak negatif, meskipun pengelola komunikasi massa tidak berniat untuk menyebarkan dampak negatif tersebut. Komunikasi massa harus mempunyai efek menambah pengetahuan, mengubah sikap dan menggerakkan perilaku. Efek yang terjadi pada komunikasi tersebut terdapat pada tiga aspek, yaitu

### 1. Efek kognitif

Pendengar radio misalnya merasa mendapatkan pengetahuan setelah mendengarkan radio. Banyak ilmu pengetahuan yang diperoleh dari komunikasi tersebut, sehingga media massa dijadikan sebagai kebutuhan utama setiap hari.

---

<sup>14</sup> Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 63.

Apabila media massa telah berhasil menambah wawasan atau pengetahuan, maka sudah dapat dilihat bahwa komunikasi massa telah mempunyai pengaruh secara kognitif

## 2. Efek afektif

Efek afektif lebih berkonotasi kepada perubahan, sikap dan perasaan. Ketika mendengar berita sedih di radio misalnya, seseorang juga akan terseret perasaan sedih.

## 3. Efek behavioral

Setelah mendapatkan ilmu atau pengetahuan lalu merasakan sesuatu, maka efek yang terakhir dari komunikasi adalah berubahnya perilaku khalayak.<sup>15</sup>

Selain itu juga media massa memberikan efek prososial antara lain efek terapeutik, pengembangan kendali diri dan kerjasama membagi dan membantu. Apabila media radio menyebabkan kita lebih mengerti bahasa Indonesia, maka radio telah menimbulkan efek prososial kognitif. Bila membaca berita penderitaan orang miskin, lalu tergerak untuk membantunya maka itu dinamakan efek prososial afektif. Tetapi bila seseorang telah membantu penderitaan orang miskin tersebut, maka itu disebut efek prososial behavioral.<sup>16</sup>

Komunikasi massa adalah salah satu aktifitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Fungsi media massa sebagai aktifitas sosial masyarakat, yaitu:

## 1. Fungsi pengawasan.

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktifitas masyarakat. Fungsi pengawasan ini bisa berupa

---

<sup>15</sup> Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: UT, 1994), h. 201.

<sup>16</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*..., h. 230.

peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif yang dapat dilakukan untuk aktifitas preventif, mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Media massa dapat mengawasi dan memantau lingkungan global dan lokal untuk mendapatkan informasi yang membantu orang membuat keputusan demi kehidupan yang lebih baik bahkan demi bertahan hidup.

## 2. Fungsi sosialisasi.

Media massa melakukan pendidikan sosial kepada masyarakat. Semua orang mencari informasi yang membantu mereka bisa diterima ditengah orang lain . Fungsi sosialisasi ini adalah proses seumur hidup. Penggunaan media massa bisa menjadi aktifitas sosial yang menyatukan orang-orang dengan membantu kebersamaan dan menciptakan kesamaan.

## 3. Fungsi diversifikasi.

Melalui media massa, orang bisa melarikan diri dari kejenuhan sehari-hari. Inilah fungsi diversifikasi (pengalihan) berupa stimulasi, relaksasi atau pengenduran atau pembebasan emosi. Ketika indera manusia kekurangan stimulasi eksternal akan menyebabkan kekosongan sensoris. Disini media massa hampir selalu menjadi stimulan penghilang kejenuhan. Dan jika kemampuan indera manusia sudah kepenuhan, media massa bisa menguranginya, inilah yang disebut relaksasi. Atau media massa bisa melepaskan kepenatan manusia. Menggunakan media massa sebagai stimulan atau penghilang ketegangan dan kejenuhan adalah bentuk eskapisme yang sehat dan cepat.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> John Vivian, *The Media of Mass Communication*...., h. 475.

Sedangkan Joseph R. Dominick menjabarkan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

a. Pengawasan

Fungsi pengawasan mengacu pada peranan berita dan informasi dari media massa. Para wartawan yang berada diseluruh dunia mengumpulkan informasi dan menyebarkannya ke seluruh penjuru, untuk itu memerlukan pengawasan yang baik dan benar.

b. Interpretasi

Media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data, tetapi juga informasi beserta interpretasi mengenai peristiwa tertentu. Hal ini dapat dilihat dalam tajuk rencana di surat kabar atau komentar di radio dan televisi.

c. Hubungan

Media massa mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat didalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan.

d. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai yang mengacu kepada cara-cara dimana seseorang mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok. Media massa menyajikan gambaran masyarakat dengan membaca, menonton dan mendengar maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai-nilai apa yang penting dan dapat timbul.

e. Hiburan

Hal ini tampak jelas pada media radio dan televisi seperti musik dan sebagainya dan pada media cetak seperti cerita pendek.<sup>18</sup>

### **3. Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan sifat-sifat komponennya, yaitu:

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah.

Dalam komunikasi massa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator pada saat proses komunikasi tersebut berlangsung. Akan tetapi terdapat arus balik tertunda (*delayed feedback*), seperti melalui rubrik surat pendengar melalui telepon. Sehingga sebagai konsekuensinya, komunikator harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara inderawi (*received*) dan secara rohani (*accepted*) pada satu kali penyiaran.

2. Sumber merupakan suatu lembaga atau institusi.

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yaitu suatu institusi atau organisasi. Karena itu komunikator bertindak atas nama lembaga dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya, sejalan dengan kebijaksanaan stasiun radio yang diwakilinya. Sebagai konsekuensinya, komunikator dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang-orang lain, maka disebut juga komunikator kolektif. Karena sifatnya kolektif, maka komunikator harus mempunyai ketrampilan yang tinggi dalam bidangnya masing-masing.

---

<sup>18</sup> Josep R. Dominick, *The Dynamics of Mass Communication*, (Newyork: Random House, 2000), h. 24.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum.

Pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat umum (*public*), karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan.

Media massa mempunyai kemampuan untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan yang disiarkan.

5. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen.

Komunikan yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Heterogenitas khalayak seperti itulah yang menjadi kesulitan komunikator dalam menyebarkan pesan, karena setiap individu dari khalayak tersebut menghendaki agar keinginannya terpenuhi. Pengelola media massa tidak mungkin memenuhinya, dan satu-satunya cara adalah mengelompokkan mereka menurut jenis kelamin, usia, agama, pendidikan, dan lain-lain. Pengelompokkan tersebut dilaksanakan dengan menyiarkan acara tertentu untuk pendengar tertentu.<sup>19</sup>

Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan

---

<sup>19</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung : CV. Remaja Karya, 1984), h. 24.

budaya masyarakat kontemporer dewasa ini.<sup>20</sup> Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan, yang merupakan paradigma utama media massa.

Dalam menjalankan paradigmanya, media massa berperan:

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur serta benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, masyarakat yang terbuka dengan informasi. Sebaliknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat yang informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa.
3. Terakhir media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change*, media massa juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah. Dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya

---

<sup>20</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa*...h. 4.



budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.<sup>21</sup>

## **B. Media Radio**

### **1. Pengertian Radio**

Radio siaran merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Melalui radio siaran, suatu komunikasi yang akan disampaikan komunikator kepada khalayak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar. Dalam kamus komunikasi, radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media.<sup>22</sup>

Istilah radio siaran atau siaran radio berasal dari kata *radio broadcast* (Inggris), yaitu penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media.<sup>23</sup> Sedangkan menurut Undang-undang Penyiaran No.32/2002, yaitu kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak

---

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*....h. 86.

<sup>22</sup> Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: CV.mandar Maju, 1989), h. 177.

<sup>23</sup> Ensiklopedi Nasional Indonesia, (Jakarta: PT.Cipta Adi Pustaka, 1990), h. 44.

dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.<sup>24</sup>

Radio pertama kali ditemukan oleh Marconi pada tahun 1896, yang pada awalnya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan berita ataupun untuk kepentingan kenegaraan secara umum. Radio siaran yang digunakan sebagai alat atau media komunikasi massa pada tahun 1915 yang diperkenalkan oleh David Sarnov. Selanjutnya pada tahun 1916, Lee De Forest menyiarkan kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat antara Wilson dan Hughes kepada masyarakat umum, sehingga dianggap sebagai pelopor radio siaran dan dijuluki *The Father of Radio Broadcasting* (Bapak Radio Siaran).

Radio siaran adalah untuk makanan telinga, untuk didengarkan atau hal-hal yang hanya dapat dipahami melalui indera telinga. Dan tulang punggung radio siaran adalah musik. Orang mendengarkan radio terutama adalah untuk mendengarkan musik, karena musik adalah hiburan.<sup>25</sup> Dengan adanya radio, seluruh informasi dapat disebarluaskan dalam waktu yang singkat bahkan sampai dengan daerah yang belum terjangkau sekalipun oleh media lainnya.

## **2. Karakteristik Radio**

Radio disebut *The Fifth Estate*, karena daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak yang disebabkan beberapa faktor yang disebut juga faktor penunjang efektifitas siaran radio, yaitu:

---

<sup>24</sup> DPR RI, *Undang-undang Penyiaran No.32 Th 2002*, (Bandung: Citra Umbara, 2002), h. 4.

<sup>25</sup> Onong Uchjana Effendi, *Radio Siaran Teori & Praktek*, (Bandung: CV. Mandar maju, 1992), h. 56.

1. Daya langsung.

Radio siaran mencapai sasarannya yakni pendengar dan isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis diatas kertas kemudian tinggal dibacakan di depan corong radio sebanyak kali yang diinginkan. Bahkan suatu peristiwa dapat juga diikuti pendengar pada saat peristiwa tersebut berlangsung.

2. Daya tembus.

Dalam arti kata radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarakpun bagi radio siaran tidak menjadi masalah.

3. Daya tarik.

Radio mempunyai tiga unsur daya tarik, yaitu musik, kata-kata dan efek suara (*sound effect*).<sup>26</sup>

Daya langsung dan daya tembus yang dimiliki oleh radio siaran merupakan kelebihan radio siaran sebagai salah satu media massa elektronik. Suatu pesan komunikasi dapat disampaikan secara langsung kepada komunikan saat itu juga. Daya tembus yang dimiliki oleh radio siaran juga merupakan kelebihanannya, karena melalui radio siaran suatu pesan komunikasi dapat diterima oleh pendengar dengan cepat dan mudah, dimanapun ia berada.

Selain itu karena sifat auditifnya, radio memiliki karakter yaitu:

1. Lokal – emosional

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 139.

Efektivitas pesan melalui radio tergantung pada aspek kedekatan atau lokalitasnya dengan pendengar secara geografis dan psikologis serta keterlibatan aktif mereka secara emosional dan interaktif.

2. Personal

Komunikasi radio berlangsung seperti seseorang yang bercerita atau membicarakan sesuatu dengan temannya.

3. Selintas

Radio adalah media dengan mobilitas pendengar yang tinggi, ditangkap selintas dan sekali saja karena ia disimak bersamaan dengan kegiatan lain.

4. Fokus dan antidetil

Kemampuan pendengar untuk mengingat suatu rincian sangat terbatas, karena itu radio harus meringkas data dan menghindari tuturan kalimat yang bermakna ganda.

5. Imajinasi

Radio adalah *theater of mind*, karena itu radio harus dapat mengembangkan imajinasi pendengar secara tepat.

6. Fleksibel

Penyampaian pesan di radio sangat bergantung pada kreativitas dan gaya penyiar.<sup>27</sup>

Selain itu, ciri-ciri media radio yaitu:

- a. Dapat didengar, baik untuk individual maupun untuk kelompok (massa).

---

<sup>27</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar....*, h. 12-13

- b. Relatif mahal dibandingkan media terdahulu karena dibutuhkan alat-alat elektronik.
- c. Media audio tertentu, misalnya radio mempunyai kelemahan antara lain informasi yang didengar tidak dapat diulang, komunikasi bersifat menerima saja tidak memberikan umpan balik dengan segera dan hal-hal yang tidak diketahui komunikasi tidak dapat ditanyakan secara langsung kecuali acara interaktif.
- d. Melalui radio program harus disusun sedemikian rupa, agar semua lapisan masyarakat dapat memanfaatkannya.<sup>28</sup>

Radio memiliki sifat-sifat tersendiri yang menjadi kekuatannya sebagai media massa elektronik, yaitu:

- 1. Auditif, untuk mendengarkan maka isi siaran yang disampaikan di telinga pendengar hanya selintas lalu dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak dapat mengembalikan apa yang sudah dibicarakan penyiar. Karena itu, informasi yang disampaikan penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar.
- 2. Mengandung gangguan. Setiap komunikasi dengan menggunakan saluran bahasa akan menghadapi dua gangguan, yaitu *semantic noise factor* dan *channel noise factor*. Gangguan teknis dapat berupa interferensi sehingga membuat siaran sukar dimengerti atau gangguan karena pesawat lainnya.
- 3. Akrab. Radio siaran sifatnya akrab, intim dan seorang penyiar radio seolah-olah berada di kamar pendengar yang penuh dengan hormat dan

---

<sup>28</sup> Ahmad Rohani, *Media Instruksional Edukatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 86.

cekatan menghadirkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah. Sifat-sifat inilah yang tidak dimiliki oleh media lainnya.<sup>29</sup>

Disamping itu media radio mempunyai kelebihan, yaitu: siaran dapat menjangkau pendengar dalam waktu singkat, terjangkau harganya, bersifat ekonomis dan praktis (operasionalnya mudah, dimana saja, kemana saja dan sudah memasyarakat), dapat mengembangkan daya imajinasi, mengatasi ruang dan waktu. Radio juga memiliki kelemahan, yaitu: sifat komunikasi radio hanya satu arah (*one way communication*), sehingga *feedback* dari pendengar tertunda dan tidak mampu menciptakan interaksi secara spontan. Pendengar tidak dapat dikontrol keaktifannya (masyarakat heterogen), siaran mudah terganggu oleh cuaca/gelombang lainnya, rendahnya kemampuan memindahkan pesan-pesan yang sifatnya rumit karena daya tangkap pendengaran manusia lebih rendah dibandingkan daya penglihatannya.<sup>30</sup>

### **3. Fungsi Radio**

Dalam proses komunikasi sosial, fungsi radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengar. Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan dan hiburan. Tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik atau dikenal dengan konsep *radio for society*, yaitu:

---

<sup>29</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek...*, h. 82.

<sup>30</sup> Ahmad Rohani, *Media Instruksional Edukatif...*, h. 95.

- a. Radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lainnya.
- b. Radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan.
- c. Radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan.
- d. Radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.<sup>31</sup>

Pada dasarnya media komunikasi massa mempunyai empat fungsi dasar, yaitu untuk menginformasikan (*to inform*), untuk menghibur (*to intertain*), untuk mendidik (*to educate*) dan sebagai alat kontrol dan kritik sosial masyarakat (*to control and critic*).<sup>32</sup> Dengan demikian media radio mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Radio adalah sarana imajinasi. Radio menuntut keikutsertaan aktif pendengarnya dalam membentuk pengalaman tentang pandangan, perasaan dan sensasi yang dibangun oleh media suara.
2. Radio adalah sahabat sarana komunikasi. Potensi radio untuk berkomunikasi sangat besar, tetapi efek sesungguhnya hanya sedikit.
3. Radio adalah hiburan. Penyiar menghibur pendengar dengan pembawaannya, musik, permainan atau interaksi antar pendengar, para narasumber dan diri sendiri. Radio memberikan kebebasan kepada

---

<sup>31</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*....h. 2-3.

<sup>32</sup> A.Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: PT.Remaja Rosyda Karya, 2001), h. 8

pendengarnya untuk melakukan hal lain dalam waktu yang bersamaan dan program-program lebih menjadi teman dalam suatu pekerjaan.

4. Radio adalah surat kabar. Radio menyajikan berita, laporan, radio mudah beradaptasi dan sering dengan kehebatannya menyajikan bentuk siaran live (secara langsung), tidak memerlukan pemrosesan seperti film dan tidak perlu menunggu proses percetakan.
5. Radio adalah seorang guru. Dengan menjaga diri tetap *up to date*, penyiar radio adalah seorang *trendsetter*. Radio bekerja dengan baik, khususnya dalam dunia gagasan. Sebagai media pendidikan, radio mendidik lebih dengan menggunakan konsep dan juga fakta-fakta.<sup>33</sup>

Kelebihan-kelebihan media radio patut menjadi perhatian untuk dijadikan sebagai media penyiaran Islam, berbagai format siaran dapat dikemas dengan pesan-pesan yang menarik dan edukatif. Radio merupakan salah satu sarana penyiaran Islam yang efektif, karena radio dapat dijangkau oleh semua kalangan atau semua lapisan masyarakat serta dapat menembus ruang dan waktu tanpa batas. Jika siaran tersebut dikemas dengan baik akan memiliki daya tarik bagi khalayak atau audien, maka siaran agama Islam akan diterima masyarakat secara lugas dan menyenangkan.

## **C. Landasan Teori**

### **1. Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R)**

---

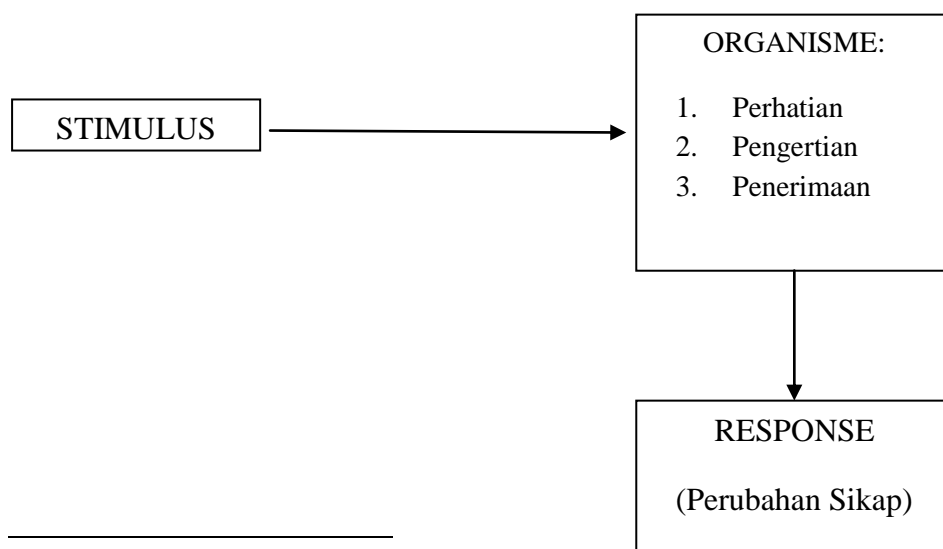
<sup>33</sup> Theo Stokkink, *The Profesional "Presenter Penyiar Radio Profesional"*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), h. 21 – 24.



Teori stimulus organisme response (S-O-R) dari Hovland, Janis dan Kelley menjelaskan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel yang menunjang proses belajar yaitu: perhatian, pengertian, dan penerimaan yang termasuk ke dalam organisme khalayak. Stimulus adalah rangsangan atau dorongan, sehingga unsur stimulus dalam teori ini merupakan perangsang berupa *message* (isi pernyataan). Organisme adalah badan yang hidup, sudah berarti manusia atau dalam istilah disebut komunikan, sehingga unsur organisme dalam teori ini adalah *receiver* (penerima pesan). Sedangkan Response dimaksudkan sebagai reaksi, tanggapan, jawaban, pengaruh, efek atau akibat, jadi dalam teori ini unsur response adalah efek (pengaruh). Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.<sup>34</sup>

Ketiga variabel dalam teori S-O-R, dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1: Teori Stimulus Organisme Response (S O R)**



---

<sup>34</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan televisi*, 2002), h. 44.

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap khususnya minat bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.<sup>35</sup> Teori S-O-R berasal dari psikologi kemudian menjadi teori komunikasi karena objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif dan konasi.

Prinsip teori ini yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Teori ini menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan manusia baik itu kebutuhan material maupun kebutuhan non material. Kebutuhan material adalah kebutuhan manusia terhadap sandang, pangan, papan dan kesehatan. Sedangkan kebutuhan non material adalah rasa aman, ingin dihargai, ingin berbuat, aktualisasi diri dan rasa ingin diperhatikan dan ini merupakan suatu realitas. Teori S-O-R menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

Pendekatan teori S-O-R lebih mengutamakan cara-cara pemberian imbalan yang efektif agar komponen konasi dapat diarahkan pada sasaran yang dikehendaki. Sedangkan pemberian informasi penting untuk dapat berubahnya komponen kognisi. Komponen kognisi itu merupakan dasar untuk memahami dan

---

<sup>35</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Abadi, 2003), h. 225.

mengambil keputusan agar dalam keputusan itu terjadi keseimbangan. Keseimbangan inilah yang merupakan sistem dalam menentukan arah dan tingkah laku seseorang. Dalam penentuan arah itu terbentuk pula motif yang mendorong terjadinya tingkah laku tersebut. Dinamika tingkah laku disebabkan pengaruh internal dan eksternal.

Dalam teori S-O-R, pengaruh eksternal yang dapat menjadi stimulus dan memberikan rangsangan sehingga berubahnya sikap dan tingkah laku seseorang. Untuk keberhasilan dalam mengubah sikap, maka komunikator perlu memberikan tambahan stimulus (penguatan) agar penerima pesan mau mengubah sikap. Hal ini dapat dilakukan dalam berbagai cara seperti dengan pemberian imbalan atau hukuman. Dengan cara demikian ini penerima informasi akan mempersepsikannya sebagai suatu arti yang bermanfaat bagi dirinya dan adanya sanksi jika hal ini dilakukan atau tidak. Dengan sendirinya penguatan ini harus dapat dimengerti, dan diterima sebagai hal yang mempunyai efek langsung terhadap sikap. Untuk tercapainya ini perlu cara penyampaian yang efektif dan efisien.

Menurut teori S-O-R, efek (pengaruh) yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan (stimulus, S)
2. Komunikan (organisme, O)
3. Efek (Response, R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek *how* bukan *what* dan *why*. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu.<sup>36</sup>

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

- a. Perhatian
- b. Pengertian, dan
- c. Penerimaan.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, dan proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya

---

<sup>36</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek...*, h. 318

kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
2. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa:

1. Efek kognitif, yaitu efek yang timbul bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsikan khalayak. Efek ini berkaitan dengan transformasi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi.
2. Efek afektif, yaitu efek yang timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai.
3. Efek behavioral, yaitu efek yang merujuk pada perilaku nyata yang diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.<sup>37</sup>

Kontribusi Teori S-O-R begitu terlihat dalam iklan radio. Dilihat dari sudut pandang target sasaran, secara kondisional yang gampang dipersuasi adalah remaja. Remaja yang masih berada pada masa transisi memiliki tingkat selektivitas yang lebih rendah dibandingkan dengan orang dewasa. Konsekuensinya, wajar jika remaja menjadi kelompok sasaran utama iklan radio. Akibatnya, tanpa disadari remaja telah memposisikan diri sebagai kelompok hedonis dengan rating tinggi. Keinginan yang selalu menggebu-gebu dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah indikasi yang pas sekaligus menggambarkan betapa remaja begitu sukar untuk menunda desakan kebutuhan emosinya. Membeli dan mencoba seakan menjadi bagian hidup remaja yang sejalan dengan mengkristalnya kognisi tentang aneka ragam kebutuhan yang ditawarkan radio melalui iklannya yang akomodatif dan fantastis.

---

<sup>37</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosyda Karya, 2002), h. 219.

Jika diamati dari sisi keterpengaruhan, maka secara pragmatis iklan radio mudah mempengaruhi kelompok remaja dibandingkan kelompok dewasa. Artinya, jika teori S-O-R dihubungkan dengan keberadaan remaja, maka kekuatan rangsangan iklan radio begitu kental dalam memantulkan respon yang sebanding. Sistem seleksi yang semestinya melalui proses penyaringan yang ketat terkalahkan oleh sifat mudah dipengaruhi. Akibatnya terjadi pergeseran implementasi teoritikal dari teori S-O-R menjadi teori S-R. Artinya, respon yang ditimbulkan sebagai konsekuensi adanya stimulus iklan radio yang diterima remaja tanpa melalui filter organisme yang ketat.

Teori S-O-R awalnya menitik beratkan kepada pendekatan psikologi. Pengadopsian pendekatan psikologi dalam teori S-O-R ini dapat di pahami, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama-sama manusia yang memiliki jiwa dengan komponen komponen seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Kemudian dengan menambahkan prinsip peneguhan pada hubungan S-O-R ini, memungkinkan peristiwa masa kini mempengaruhi masa silam atau peristiwa di masa depan mempengaruhi masa kini. Jika peneguhan itu secara konsisten memberikan ganjaran pada respons tertentu, maka tidak boleh menghipotesiskan (secara sederhana) bahwa hubungan S-O-R yang tertentu akan diperteguh. Sebaliknya, jika peneguhan yang berikutnya secara konsisten menghukum respons tertentu (situasi stimulus yang tertentu), maka hubungan S.O.R tersebut akan melemah dan akhirnya mengarah pada peniadaan respons sama sekali.

Pada masa sekarang ini penggunaan teori S-O-R ini masih berlaku dan sering digunakan oleh media massa radio misalnya untuk mempengaruhi khalayak guna merubah sikap khalayak. Kedepannya teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) ini akan semakin menarik dan semakin banyak mendapat tantangan-tantangan, yang dikarenakan manusia semakin sadar akan informasi, hal ini akan menyebabkan semakin kecilnya teori ini dapat dijadikan sebagai alat untuk merubah sikap khalayak. Oleh karena itu ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan teori ini yaitu, memperhatikan pesan yang akan disampaikan, tujuannya pesannya dan efek yang akan diharapkan, sehingga penggunaan teori ini bisa lebih maksimal.

Sebuah teori baru dapat dikatakan berhasil, apabila teori itu dapat membaca keadaan, dan keadaan itu dapat dirubahnya. Semua itu baru bisa diwujudkan tentu dengan adanya strategi, setidaknya dari teori S.O.R (Stimulus-Organism-Response) ini terdapat 5 manfaat yang disebut konsep AIDDA, berdasarkan beberapa tahapan yaitu:

1. Perhatian (*Attention*), pada tahap ini diharapkan, pesan yang disampaikan oleh komunikator secara terus-menerus bisa membuat komunikan tanpa sadar mempelajari pesan tersebut.
2. Ketertarikan (*Interest*), ketika komunikan sudah memberikan perhatian terhadap pesan yang diterimanya maka komunikasi akan berlangsung.



- 3.. Keinginan (*Desire*), ditahap ini diharapkan, komunikan yang sudah memiliki ketertarikan terhadap pesan, memiliki keinginan untuk memutuskan melaksanakan pesan yang didapatnya.
4. Keputusan (*Decision*), dalam tahap ini komunikan, akan membuat keputusan terhadap pesan yang diterimanya untuk melaksanakan pesan tersebut atau menolak. misalnya keinginan untuk memakai produk yang iklannya disiarkan di media atau tidak
- 5 Tindakan (*Action*), setelah komunikan mengolahnya dan menerima pesannya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA, agar khalayak melakukan *action*, maka pertama-tama mereka harus dibangkitkan perhatiannya (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi...*, h..305

Penerapan teori S-O-R pada media massa pada mulanya dianggap mempunyai pengaruh yang sangat luar biasa kepada komunikan, yang diungkapkan dalam gambar sebuah jarum suntik. Isi pernyataan dalam media massa disuntikkan kedalam urat darah komunikan. Dan komunikan diyakini akan memberikan reaksi dengan cara sebagaimana telah di perkirakan sebelumnya. Dengan demikian teori stimulus organisme response (S-O-R) menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan komunikator melalui media radio kepada komunikan (penerima pesan), melibatkan tiga variabel yaitu: pengertian, perhatian dan penerimaan, akan menimbulkan response (pengaruh) yaitu perubahan sikap. Karena komunikasi akan berlangsung, jika ada perhatian dari komunikan dan proses berikutnya setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

a. Kekurangan Teori S-O-R

Seperti teori-teori lain, teori stimulus organisme response tidak terlepas dari kelemahan-kelemahan. Menurut teori ini, perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang (stimulus) dan respon. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Dengan demikian rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu. Perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut teori ini, stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tidak diterima atau ditolak, berarti

stimulus tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Akan tetapi apabila stimulus diterima oleh organisme, berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Stimulus yang telah mendapat perhatian dari organisme (diterima), berarti stimulus ini dimengerti dan dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut, sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).

Kelemahan-kelemahan teori S-O-R, antara lain:

1. Perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula yang diberikan, harus dapat meyakinkan organisme. Dengan demikian, perubahan perilaku tidak akan terjadi apabila tidak ada rangsangan.
2. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Artinya tidak ada jaminan, stimulus (pesan) yang disampaikan akan selalu diterima atau ditolak.
3. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.
4. Penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*), yang berkomunikasi dengan organisme. Dengan kata lain kualitas dari sumber komunikasi (*sources*), seperti kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Teori S-O-R pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap *stimulus* tertentu. Berdasarkan adanya rangsangan (*stimulus*), maka timbul reaksi di pihak sasaran atau komunikan. Bentuk reaksi bisa bermacam-macam tergantung pada situasi, kondisi bahkan bentuk dari rangsangan tersebut. Reaksi-reaksi dari seseorang akibat dari adanya rangsangan dari luar disebut respon, yang dapat dapat diamati dari luar. Respon ada yang positif, disebabkan oleh adanya ketepatan seseorang melakukan respon terhadap stimulus yang ada dan sesuai dengan yang diharapkan. Dan respon yang negatif, apabila seseorang memberi reaksi sebaliknya dari yang diharapkan oleh pemberi rangsangan.

b. Kelebihan Teori S-O-R

Kelebihan-kelebihan teori S-O-R, antara lain:

1. Proses dalam teori S-O-R dapat bersifat timbal balik dan mempunyai efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya.
2. Perubahan perilaku terjadi dengan cara meningkatkan atau memperbanyak *rangsangan* (stimulus).
3. Dalam proses perpindahan informasi ada dua kemungkinan respon yang akan terjadi setelah stimuli diberikan oleh komunikator, yaitu reaksi negatif dan positif.
4. Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan.

5. Komunikasi verbal (kata-kata) dan non verbal (isyarat, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan dan proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Dengan demikian, disamping kekurangan-kekurangan teori S-O-R tadi, kelebihan-kelebihan teori ini mempunyai nilai heuristik dan berpotensi untuk menambah penelitian baru.

## **2. Efek Kehadiran Media Massa**

Penelitian ini juga menggunakan teori efek kehadiran media massa untuk menjelaskan pengaruh media radio terhadap perubahan perilaku khalayak. Menurut McLuhan bentuk media saja sudah mempengaruhi khalayak, yang menyebutkan media adalah pesan itu sendiri (*the medium is the message*). Apa yang disampaikan media kepada masyarakat ternyata lebih dari apa yang akan diterima masyarakat itu jika mereka berkomunikasi tanpa media. Teori McLuhan ini disebut teori perpanjangan alat indera (*sense extension theory*), yaitu media adalah perluasan dari alat indera manusia. Secara operasional dan praktis, medium adalah pesan. Ini berarti bahwa akibat-akibat personal dan sosial dari media yaitu karena perpanjangan diri kita timbul karena skala baru yang dimasukkan pada

kehidupan kita oleh perluasan diri kita atau oleh teknologi baru. Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia.<sup>39</sup> Efek kehadiran media massa yaitu:

1. Efek kognitif media massa

Kognisi adalah semua proses yang terjadi di pikiran manusia, yaitu melihat, mengamati, mengingat, mempersepsikan sesuatu, membayangkan sesuatu, berfikir, menduga, menilai, mempertimbangkan dan memperkirakan. Media mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam pembentukan kognisi seseorang. Media memberikan informasi dan pengetahuan yang pada akhirnya dapat membentuk persepsi. Efek kognitif berhubungan dengan pikiran/penalaran sebagai khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti merasa jelas.<sup>40</sup>

Informasi adalah segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi. Informasi akan menstruktur atau mengorganisasi realitas, sehingga realitas tampak sebagai gambaran yang mempunyai makna. Realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi atau realitas tangan kedua (*second hand reality*). Karena media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, dampaknya adalah memberikan status dan menciptakan *stereotype*.

2. Efek afektif media massa

Efek afektif timbul bilamana ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek afektif berhubungan dengan emosi, sikap

---

<sup>39</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi...*, h. 220.

<sup>40</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi...*, h. 318.

atau nilai. Efek afektif juga berkaitan dengan penciptaan ketakutan atau kecemasan, meningkatkan atau menurunkan dukungan moral.<sup>41</sup> Efek afektif media massa yaitu: pembentukan dan perubahan sikap. Sikap adalah kesatuan perasaan (*feelings*), keyakinan (*beliefs*) dan kecenderungan berperilaku (*behavior tendencies*) terhadap orang lain, kelompok dan objek-objek yang relatif menetap. Komponen sikap yaitu afektif yang didalamnya termasuk perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu objek atau orang, kognitif termasuk keyakinan tentang objek atau orang tersebut dan perilaku yaitu kecenderungan untuk bereaksi tertentu terhadap objek atau orang tersebut.

Dalam kaitannya dengan pembentukan dan perubahan sikap, pengaruh media massa dapat disimpulkan pada lima prinsip, yaitu:

- a. Pengaruh komunikasi massa diantarai oleh faktor-faktor seperti predisposisi personal, proses selektif, keanggotaan kelompok atau hal-hal yang berkenaan dengan faktor personal.
- b. Karena faktor-faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkuat sikap dan pendapat yang ada walaupun kadang-kadang berfungsi sebagai media pengubah (*agent of change*).
- c. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada konversi (perubahan seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.

---

<sup>41</sup> S. Djuarsa Sendjaya, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), h. 202.

- d. Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap pada bidang-bidang dimana pendapat orang lemah, misalnya pada iklan komersil.
- e. Komunikasi massa cukup efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh.

### 3. Efek behavioral media massa

Efek behavioral ialah merujuk pada perilaku nyata yang dimiliki, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.<sup>42</sup> Perilaku meliputi bidang yang luas diantaranya efek prososial. Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Artinya kemampuan memiliki ketrampilan tertentu, jika terdapat jalinan positif antara stimuli yang diamati dan karakteristik diri.<sup>43</sup> Menurut teori belajar dari Bandura, orang cenderung meniru perilaku yang diamati, stimuli menjadi teladan untuk perilakunya. Orang belajar bahasa Indonesia yang baik setelah mengamatinya dalam televisi.

Proses belajar sosial terjadi dalam empat tahapan proses, yaitu proses perhatian, proses pengingatan (*retention*), proses reproduksi motoris dan proses motivasional. Proses belajar diawali munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung oleh seseorang tertentu atau gambaran pola pemikiran. Melalui media massa, seseorang dapat mengamati orang lain yang terlibat dalam perilaku tertentu di media massa. Peristiwa yang menarik perhatian adalah yang tampak

---

<sup>42</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 455.

<sup>43</sup> Bandura, *A Social Learning Theory*, (Eglewood Cliffs: Prentice Hall, 1977), h. 28.



menonjol dan sederhana, terjadi berulang-ulang atau menimbulkan perasaan positif pada pengamatnya.

Selain pengaruh faktor personal, faktor lain sebagai penentu dalam pemilihan apa yang akan diperhatikan, yaitu karakteristik demografis, kebutuhan, suasana emosional, nilai dan pengalaman masa lalu. Setelah pengamatan, proses selanjutnya adalah penyimpanan hasil pengamatan dalam pikiran untuk dipanggil kembali saat akan bertindak sesuai teladan yang diberikan. Kemudian pada proses reproduksi motoris, seseorang menghasilkan kembali perilaku teladan atau tindakan yang diamatinya. Pelaksanaan perilaku teladan dapat terjadi ketika dikuatkan dengan suatu penghargaan atau motivasi, inilah yang disebut dengan proses motinasional.

#### **D. Kajian Terdahulu**

Penelitian terdahulu lebih banyak menekankan kepada pengaruh acara mimbar agama di Radio ASRI terhadap pelaksanaan ibadah remaja di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen (Sari Dewi, 2004). Beliau menemukan bahwa acara agama yang disiarkan di radio mempunyai pengaruh pada pelaksanaan ibadah remaja, khususnya pada pelaksanaan ibadah shalat dan puasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan acara mimbar agama di radio, diantaranya karena adanya da'i-da'i yang profesional dalam menyampaikan materi dakwahnya serta didukung oleh materi-materi dakwah yang baik pula. Disamping itu, radio mempunyai beberapa kelebihan yaitu dapat didengar tanpa harus meninggalkan kegiatan yang lain, karena sifat radio yang praktis dan mudah dibawa kemana-

mana. Selain proses komunikasi melalui radio dapat menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak dalam waktu yang relatif singkat, sehingga radio sangat baik dan efektif digunakan untuk memberikan pengaruh pada pendengar acara mimbar agama.<sup>44</sup>

Sedangkan Zaenul Inayati (1999), meneliti pengaruh siaran keagamaan di radio Bahurekso Sakti terhadap sikap beragama masyarakat pendengarnya di Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. Penelitian ini lebih memfokuskan pada bentuk penyajian dakwah yang akan disiarkan di radio. Bentuk penyajian siaran dakwah sangat bervariasi, diantaranya adalah siaran dakwah dengan format uraian (monologis), format dialog, musik dan quiz, dengan materi syariat yaitu aqidah, syariat dan akhlak. Beliau menemukan bahwa ada pengaruh positif antara penyiaran keagamaan di radio Bahurekso Sakti terhadap sikap beragama masyarakat pendengar di Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal.<sup>45</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Focus Group Discussion* (FGD) terhadap siaran LPP RRI Lhokseumawe (2011), penyiaran Islam melalui radio saat ini semakin mendapat perhatian masyarakat dan menjadi salah satu siaran yang telah diminati khalayak. Hasil penelitian *Focus Group Discussion* (FGD) terhadap siaran LPP RRI Lhokseumawe (2011) menunjukkan masalah yang ditemukan dalam penyiaran Islam melalui radio diantaranya :

---

<sup>44</sup> Sari Dewi, *Pengaruh Acara Mimbar Agama Di Radio ASRI Terhadap Pelaksanaan Ibadah remaja Di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*, (Semarang:IAIN Walisongo, 2004).

<sup>45</sup> Zainul Inayati, *Pengaruh Siaran keagamaan Di Radio Bahurekso Sakti Terhadap Sikap Beragama Masyarakat Pendengarnya Di Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal*, (Semarang: IAIN Walisongo, 1999).

- a. Penyajian siaran agama Islam di radio monoton dan membosankan, karena itu perlu perubahan format program yang bervariasi yang dipadukan dengan musik.
- b. Jam siar acara siaran agama Islam tidak sesuai dengan kondisi dan situasi perilaku pendengar.
- c. Kurangnya kreatifitas dari SDM operasional siaran agama Islam.
- d. Materi siaran agama Islam dan narasumber yang kurang berkompeten.<sup>46</sup>

Kondisi objektif penyiaran Islam di radio saat ini sudah mulai bervariasi, terlihat dari semakin banyak paket siaran agama disiarkan di radio, baik dalam bentuk ceramah, dialog dan format lainnya yang menekankan pada berbagai materi agama seperti, tafsir, fiqh, hadits dan sebagainya. Bahkan sebagian radio juga menjadikan hari jum'at, secara khusus menyiarkan berbagai paket-paket acara agama seperti siaran langsung pelaksanaan shalat jum'at. Selain itu juga bulan Ramadhan dijadikan waktu khusus untuk meningkatkan jumlah penyiaran agama Islam di radio. Disamping itu dapat dilihat dari banyaknya lahir stasiun radio yang bernuansakan Islam yang secara khusus menggunakan pola pendekatan *narrowcasting*, dimana strategi programming dari stasiun radio tersebut ditujukan pada segmen pendengar tertentu dengan isi siarannya mempunyai ciri khas.

Masalah yang ditemukan dalam penyiaran Islam di radio saat ini lebih kepada rendahnya kualitas siaran. Meskipun sebelumnya dari segi kuantitas atau

---

<sup>46</sup> LPP RRI Lhokseumawe, *Hasil Penelitian FGD di Kota Lhokseumawe Dan Aceh Utara*, (Lhokseumawe : 2011).

frekuensi siaran juga terdapat masalah dalam penyiaran Islam. Pada awalnya penyiaran Islam merupakan salah satu paket acara di radio yang paling menyedihkan dari segi daya tarik dan jumlah pendengarnya atau kurang diminati pendengar. Jika sebelumnya, jumlah penyiaran Islam masih terbatas pada waktu-waktu tertentu seperti hari jum'at dengan penyajian yang monoton terbatas pada format ceramah saja.

Beberapa masalah yang ditemukan terkait penyiaran Islam di radio, antara lain :

- a. Penyiaran Islam di radio kurang menarik, dikarenakan penyajian yang monoton.
- b. Format penyiaran Islam di radio kurang variatif.
- c. Penempatan jam siar untuk penyiaran Islam belum tepat.
- d. Penyiaran Islam di radio sama sekali tidak memberikan sesuatu yang baru bagi pendengar.<sup>47</sup>

Dari beberapa penelitian tersebut terlihat perbedaan dengan penelitian ini, antara lain pada daerah dan fokus penelitian. Penelitian ini menjadikan mendengar acara dialog agama Islam di RRI sebagai variabel bebas dengan variabel terikat pengamalan agama masyarakat. Sedangkan penelitian sebelumnya menfokuskan pada pelaksanaan ibadah remaja dan sikap beragama masyarakat. Perbedaan ini juga terlihat dari daerah yang berbeda, maka berbeda pula dari segi karakteristik masyarakat, budaya, pendidikan serta permasalahan yang dihadapi lingkungan sekitarnya. Di samping itu, penelitian sebelumnya umumnya menjadikan radio

---

<sup>47</sup> Syukur Kholil, *Komunikasi Islam*.....h. 45.

swasta sebagai objek kajian, sedangkan penelitian ini mencoba menjadikan radio publik (lembaga penyiaran publik), yaitu RRI sebagai objek kajiannya.

#### **E. Kerangka Berpikir**

Ada dua konsep penting dalam penelitian ini, yaitu acara dialog agama Islam dan pengamalan agama masyarakat. Pengertian kedua konsep tersebut adalah sebagai berikut :

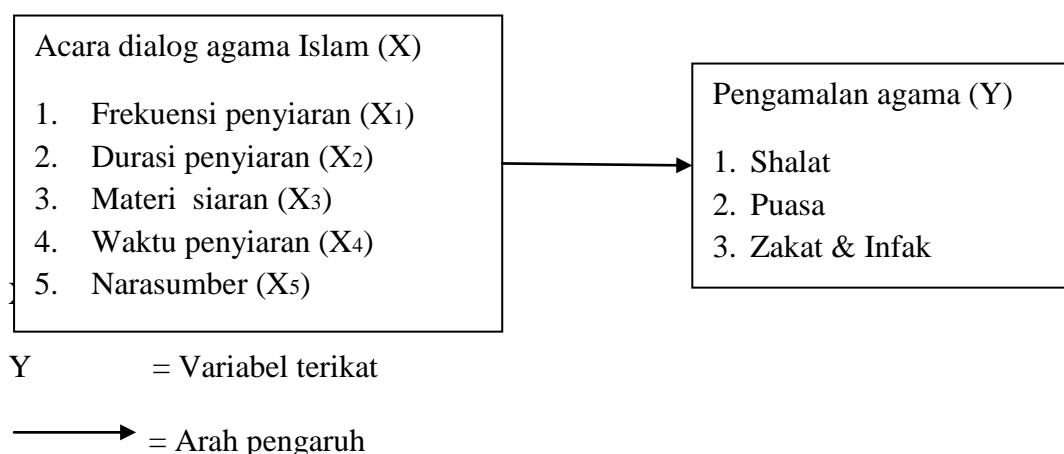
##### **1. Acara dialog agama Islam di RRI**

Acara dialog agama Islam merupakan nama acara pada program siaran agama Islam. Siaran agama adalah suatu cara penyampaian pesan atau berkomunikasi kepada khalayak pendengar melalui radio untuk meningkatkan mutu kehidupan masyarakat terutama pengamalan agama. Acara dialog agama Islam dalam hal ini adalah mengukur bagaimana tanggapan masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe terhadap bentuk acara dialog agama Islam yang disiarkan di RRI Lhokseumawe.

Sub variabel yang digunakan untuk variabel ini, yaitu :

- a. Frekuensi penyiaran
  - b. Durasi penyiaran
  - c. Materi siaran
  - d. Waktu penyiaran
  - e. Narasumber
- 2. Pengamalan agama**

Pengamalan berasal dari kata dasar amal, yaitu segala sesuatu yang dikerjakan dengan maksud berbuat kebaikan. Pengamalan berarti proses, cara, perbuatan mengamalkan, melaksanakan, pelaksanaan, penerapan. Pengamalan agama yang dimaksud dalam penelitian ini adalah melaksanakan shalat, puasa, zakat dan infaq. Dengan demikian acara dialog agama Islam yang meliputi: frekuensi mendengar, lamanya waktu mendengar, materi siaran yang didengar, waktu penyiaran dan narasumber dipandang mempunyai pengaruh terhadap pengamalan agama masyarakat. Karena itu kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



## F. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai perkiraan, dugaan atau jawaban sementara terhadap masalah atau pertanyaan penelitian yang masih perlu diuji kebenarannya setelah data selesai dikumpulkan.<sup>48</sup> Karena sifatnya masih dugaan atau jawaban sementara, maka setelah melalui proses pengujian, hipotesis

<sup>48</sup> Syukur Kholil, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006), h. 82.

itu bisa diterima dan bisa ditolak sesuai dengan hasil pengujiannya. Hipotesis penelitian dipergunakan untuk mengkaji hubungan antara dua variabel atau lebih dalam penelitian. Dengan demikian dapat dipahami hipotesis adalah jawaban sementara yang berdasarkan fakta-fakta yang berlaku.

Pada penelitian survey, hipotesis digunakan dengan pernyataan hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol adalah pernyataan bahwa tidak ada hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sedangkan hipotesis alternatif adalah pernyataan mengenai adanya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan kerangka teori dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut;

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe dengan pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.

$H_o$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mendengar acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe dengan pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kalangan masyarakat Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan bulan Februari tahun 2014.

##### **1. Gambaran Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe**

Kecamatan Muara Dua merupakan salah satu dari empat kecamatan yang ada di Kota Lhokseumawe, yaitu Kecamatan Blang Mangat, Muara Dua, Muara Satu dan Banda Sakti. Luas kecamatan Muara Dua, yaitua:  $113.70 \text{ Km}^2$  terdiri dari 2 kemukiman, 17 desa dan 65 dusun, dengan batas daerah, yaitu:

- a. Sebelah Utara : Selat Malaka.



b. Sebelah Selatan : Kecamatan Blang Mangat.

c. Sebelah Barat : Kecamatan Muara Satu.

d. Sebelah Timur : Kecamatan Blang Mangat.

Jumlah penduduk di Kecamatan Muara Dua, yaitu: 46.646 orang, terdiri dari: 23.172 laki-laki dan 23.474 perempuan.<sup>49</sup>

**Tabel 1: Data Penduduk Kecamatan Muara Dua**

<b>N0</b>	<b>Desa</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Alue Awe	1.261	1.288	2.549
2.	Blang Crum	1.485	1.487	2.972
3.	Cut Mamplam	962	974	1.936
4.	Meunasah Mee	1.269	1.349	2.618
5.	Cot Girek Kandang	1.213	1.312	2.525
6.	Keude Cunda	959	963	1.942
7.	Uteunkot	3.466	3.534	7.000
8.	Lhok Mon Puteh	351	493	844
9.	Mns Mesjid	3.642	3.718	7.360
10.	Panggoi	2.901	2.978	5.879
11.	Meunasah Alue	1.261	1.193	2.454
12.	Paya Punteuet	1.313	1.294	2.607
13.	Blang Pohroh	628	424	1.052
14.	Meunasah Manyang	694	719	1.413

<sup>49</sup> BPS Kota Lhokseumawe, *Kecamatan Muara Dua Dalam Angka 2013*, h. 1.

15.	Meunasah Blang	1.054	1.013	2.067
16.	Paloh Batee	437	434	871
17.	Paya Bili	276	281	557

Sumber: BPS Kota Lhokseumawe

## 2. Keadaan Sarana di Kecamatan Muara Dua

Dengan wilayah seluas 113.70 Km<sup>2</sup>, Kecamatan Muara Dua terdiri dari:

- a. Pemukiman : 1.640
- b. Industri/pabrik : 0
- c. Persawahan : 641
- d. Pertanian : 116
- e. Kebun : 632
- f. Perkebunan Rakyat : 672
- g. Alang-alang/semak : 142
- h. Hutan belukar : 990
- i. Perhubungan darat : 313
- j. Lain-lain : 634

**Tabel 2: Jumlah Sarana Kesehatan di Kecamatan Muara Dua**

Rumah Sakit	Puskesmas	Pustu	Polindes
1	1	4	17

Sumber: BPS Kota Lhokseumawe Tahun 2013

**Tabel 3: Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Muara Dua**

TK	SD/MI	SMP/MTsn	SMA/SMK/MA	PT/PTA
12	16	4	4	5

Sumber: BPS Kota Lhokseumawe Tahun 2013

**Tabel 4: Jumlah Sarana Ibadah di Kecamatan Muara Dua**

Mesjid	Meunasah
6	18

Sumber: BPS Kota Lhokseumawe Tahun 2013

## **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan untuk melihat pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan komunikasi massa yang berlandaskan teori efek komunikasi massa yaitu teori stimulus organisme response (S-O-R) dan teori efek kehadiran media massa. Penelitian ini tergolong kepada penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, yaitu penelitian yang berusaha menghubungkan atau mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.<sup>50</sup> Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas (acara dialog agama Islam) dengan variabel terikat (pengamalan agama), dilakukan pengujian statistik yaitu untuk membantu peneliti melakukan generalisasi secara akurat dari data empirik yang dikumpulkan.

## **C. Populasi dan Sampel**

---

<sup>50</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005), h. 31.

## 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian, dapat berupa manusia, wilayah geografis, waktu, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar, majalah dan sebagainya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki objek yang diteliti.<sup>51</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe yang terdiri dari 2 kemukiman dan 17 desa, berjumlah 46.646 jiwa, terdiri dari laki-laki berjumlah 23.172 jiwa dan perempuan berjumlah 23.474 jiwa.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasinya. Sampel diambil dalam penelitian sebagai pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya.<sup>52</sup> Dalam penelitian kuantitatif sampel bertujuan generalisasi, karena itu sampel yang baik adalah yang memenuhi unsur representatif.<sup>53</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang bersifat probabilitas, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006), h.68.

<sup>52</sup> P.Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h.23.

<sup>53</sup> Subiakto, *Metode Penelitian Komunikasi, Makalah pada minat Studi Media & Komunikasi*, (Surabaya: UNAIR, 2005), h.173.

<sup>54</sup> Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi...*, h. 71.

Jenis sampel probabilitas yang digunakan, yaitu sampel kelompok (*cluster sampling*), karena teknik pengambilan sampel kelompok efektif digunakan apabila populasi penelitian meliputi kawasan yang luas dan menyulitkan bagi peneliti untuk meneliti keseluruhan kawasan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini juga dipadukan dengan teknik *simple random* (sampel random sederhana). Dengan tekini *cluster sampling*, populasi dikelompokkan atau dibagi ke dalam satuan-satuan sampling yang besar yang disebut *cluster*. Maka peneliti melakukannya dengan cara memilih *cluster* dengan cara *simple random sampling*, yaitu: dari 2 Kemukiman di Kecamatan Muara Dua yaitu Kemukiman Kandang dengan jumlah Desa 7 dipilih 4 Desa sebagai sampel dan dari Kemukiman Cunda dengan jumlah Desa 10 dipilih 5 Desa sebagai sampel. Kemudian menetapkan jumlah anggota sampel yang akan diambil dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane sebagai berikut:<sup>55</sup>

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

d = Jumlah presisi 10% (0,10)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{44.646}{44.646 (0,10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{44.646}{44.646 (0,01) + 1}$$

---

<sup>55</sup> Drs.Riduan,MBA & DR.Engkos Achmad Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memahami Analisi Jalur (Path Analysis)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 49.

$$n = \frac{44.646}{45} = 99,21$$

Dengan demikian peneliti menetapkan sampel 100 orang dengan kesimpulan sampel yang terpilih sudah mewakili dari populasi yang ada. Dengan alokasi proporsional dari tabel berikut:

**Tabel 5: Alokasi Proporsional Sampel**

No	Kemukiman	Desa	Jumlah	Persen
1.	Kandang	Alue Awe	$\frac{2.549}{35964} \times 100$	7
2.	Kandang	Blang Crum	$\frac{2.972}{35964} \times 100$	9
3.	Kandang	Meunasah Mee	$\frac{2.618}{35964} \times 100$	8
4.	Kandang	Cot Girek	$\frac{2.525}{35964} \times 100$	7
5.	Cunda	Uteun Kot	$\frac{7.000}{35964} \times 100$	19
6.	Cunda	Meunasah Mesjid	$\frac{7.360}{35964} \times 100$	20
7.	Cunda	Panggoi	$\frac{5.879}{35964} \times 100$	16
8.	Cunda	Paya Punteut	$\frac{2.607}{35964} \times 100$	7
9.	Cunda	Meunasah Alue	$\frac{2.454}{35964} \times 100$	7
	Jumlah			100

#### **D. Sumber Data**

Sumber data penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu sumber data utama atau sumber data pokok yang berasal di masyarakat Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe sebagai responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.
2. Sumber data sekunder, yaitu sumber data pendukung yang diperoleh dari literatur, dokumen, hasil penelitian terdahulu dan referensi yang relevan dengan penelitian ini.

#### **E. Pengukuran Variabel**

##### **1. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah acara dialog agama Islam di RRI (X), dengan empat sub-variabel, yaitu frekuensi penyiaran ( $X_1$ ), durasi penyiaran ( $X_2$ ), materi siaran ( $X_3$ ), waktu penyiaran ( $X_4$ ) dan narasumber ( $X_5$ ). Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah pengamalan agama meliputi: shalat, puasa, zakat dan infak. Masing-masing pertanyaan/jawaban responden dibagi dalam lima kategori, yaitu jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5, setuju (S) diberi skor 4, tidak pasti (TP) diberi skor 3, tidak setuju (TS) diberi skor 2 dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

##### **2. Definisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari kesalahpahaman terkait penelitian ini dan dari kedua variabel penelitian tersebut, maka penulis memperjelas dan memberikan batasan-batasan dalam merumuskan definisi operasionalnya sebagai berikut:

a. Acara dialog agama Islam adalah salah satu paket acara pada program siaran agama Islam di RRI Lhokseumawe, yang menggunakan format dialog interaktif. Acara ini disiarkan setiap hari jum'at pukul 16.00 Wib dengan durasi 1 jam. Acara ini menjadi program acara khusus pada bulan Ramadhan yang disiarkan setiap hari pada pukul 16.00 Wib dengan durasi 1 jam. Dalam hal ini adalah mengukur bagaimana tanggapan masyarakat di kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe terhadap acara dialog agama Islam yang disiarkan RRI Lhokseumawe yang meliputi: frekuensi penyiaran, durasi penyiaran, materi siaran, waktu penyiaran dan narasumber.

b. Pengamalan agama adalah suatu pelaksanaan ibadah agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, yang diukur dengan pelaksanaan: shalat, baik shalat fardhu maupun shalat sunnah, pelaksanaan puasa baik puasa wajib maupun puasa sunnah dan pelaksanaan zakat dan infaq yang dilakukan oleh masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe.

#### **F. Kisi-kisi Instrumen**

Berdasarkan rumusan definisi operasional yang telah diuraikan di atas, maka indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dikembangkan dalam instrumen sebanyak 49 item, dengan kisi-kisi sebagai berikut:



**Tabel 6: Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>No.Item</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Acara dialog agama Islam (X)	1. Frekuensi penyiaran	1, 2	2
		2. Durasi penyiaran	3, 4	
		3. Materi siaran	5,6,7,8,9,10,11, 12,13	2
		4. Waktu penyiaran	14,15,16,17,18, 19	12
		5. Narasumber	20,21,22,23,24, 25,26,27	8
2.	Penagamalan agama (Y)	1. Shalat	1,2,3,4,5,6,7	7
		2. Puasa	8,9,10,11,12, 13,14	7
		3. Zakat&Infak	15,16,17,18,19, 20,21,22,23,24, 25	11
			Jumlah	49

#### **G. Instrumen Pengumpul Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner/angket model skala Likert sebagai instrumen untuk mengukur variabel acara dialog agama Islam di LPP RRI Lhokseumawe dan pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua,

Kota Lhokseumawe. Metode kuesioner berupa sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Adapun alasan yang digunakan dalam metode kuesioner ini sebagai alat pengumpul data adalah sebagai berikut:

1. Interpretasi subyek terhadap pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah sesuai dengan maksud peneliti.
2. Dalam menjawab pertanyaan responden dapat lebih leluasa karena tidak dipengaruhi oleh sikap mental hubungan antar responden dengan peneliti.
3. Data yang terkumpul dapat dengan mudah dianalisa, masing-masing jawaban akan diberi skala nilai sesuai dengan pilihan jawaban.

Bentuk instrumen berupa angket/kuesioner yang dirancang terdiri dari nomor butir, pernyataan dan alternatif jawaban meliputi lima pilihan, yaitu: sangat setuju atau sangat sering (SS) yang diberi skor = 5, setuju atau sering (S) diberi skor = 4, tidak pasti (TP) atau kadang-kadang (KK) diberi skor = 3, tidak setuju (TS) atau hampir tidak pernah (HTP) diberi skor = 2 dan sangat tidak setuju (STS) atau tidak pernah (TP) diberi skor = 1.

## **H. Uji Coba Instrumen**

Instrumen penelitian memegang peranan penting yang sangat besar dalam penentuan kualitas penelitian, maka dalam pengembangan instrumen disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan instrumen penelitian yang memadai yaitu valid dan reliabel, sehingga kesimpulan yang dihasilkan pada penelitian ini benar adanya dan menggambarkan keadaan yang

sebenarnya ditemukan di lapangan. Untuk mendapatkan instrumen yang sah, maka dilakukan uji coba validitas instrumen penelitian yang dilakukan kepada 20 orang diluar sampel penelitian, tetapi masih dalam lingkungan populasi penelitian.

Tujuannya adalah untuk mengetahui validitas dan realibilitas angket sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen valid (sah) jika pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen (kuesioner). Instrumen reliabel (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Bila instrumen tersebut tidak valid maupun reliabel, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kenyataan dalam kuesioner dapat mengukur suatu konstruk (alat ukur) dengan menggunakan rumus *product moment* dengan alat bantu SPSS Ver.19. Kategori dari validitas instrumen yang mengacu pada pengklasifikasian validitas sebagai berikut:

- a.  $0,80 < r_{xy} 1,00$  validitas sangat tinggi (sangat baik)
- b.  $0,60 < r_{xy} 0,79$  validitas tinggi (baik)
- c.  $0,40 < r_{xy} 0,59$  validitas sedang (cukup)
- d.  $0,20 < r_{xy} 0,39$  validitas rendah (kurang)
- e.  $0,00 < r_{xy} 0,19$  validitas sangat rendah (jelek)
- f.  $r_{xy} 0,00$  tidak valid.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Guilford, J. P, *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, ( New York: Mc Graw-Hill Book Co. Inc, 1956), h.145.

### 1.1 Validitas Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)

Item pertanyaan dianggap valid jika angka standard deviasinya di atas angka  $r$  tabel, maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh nilai rumus  $df$  (*degree of freedom*) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < level\ of\ significance\ 0,05$ , yaitu  $df = N-2$  ( $20-2 = 18$ ). Pada tingkat kepercayaan 0,05 untuk  $df$  18 adalah 0,444 dan pada tingkat kepercayaan 0.01 adalah 0.561. Dari 26 item pertanyaan variabel acara dialog Agama Islam di RRI (X) yang dilakukan uji coba terhadap 20 orang, ternyata seluruh item angket dinyatakan valid, karena angka standar deviasinya tidak ada yang dibawah angka 0,444. Hasil analisis output variabel validitas acara dialog agama Islam di RRI sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	20	2	5	3,35	,875
X2	20	3	5	4,35	,745
X3	20	2	5	3,70	1,081
X4	20	2	5	4,00	,918
X5	20	2	5	3,90	,788
X6	20	2	5	3,90	,788
X7	20	3	5	4,20	,696
X8	20	3	5	4,20	,616
X9	20	2	5	3,70	,733
X10	20	3	5	3,95	,759
X11	20	2	5	4,00	,795
X12	20	3	5	4,20	,696
X13	20	3	5	4,00	,795
X14	20	0	5	3,70	1,129

X15	20	3	5	3,70	,733
X16	20	2	5	3,70	,801
X17	20	1	5	3,30	,979
X18	20	2	5	3,70	1,081
X19	20	2	5	3,90	,718
X20	20	2	5	3,95	,999
X21	20	2	5	4,00	,858
X22	20	2	5	4,00	1,124
X23	20	1	5	3,75	1,020
X24	20	2	5	4,10	,852
X25	20	2	5	4,35	,933
X26	20	3	5	4,10	,641
Valid N (listwise)	20				

## 1.2 Validitas Variabel Pengamalan Agama (Y)

Output tentang uji validitas untuk variabel pengamalan agama (Y), dapat dilihat dari tabel item berikut:

**Tabel 8: Hasil Uji Validitas Variabel Pengamalan Agama (Y)**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	20	3	5	3,95	,759
Y2	20	1	5	3,30	1,261
Y3	20	3	5	4,40	,754
Y4	20	3	5	3,80	,768
Y5	20	1	5	3,15	1,137
Y6	20	1	4	2,90	,788
Y7	20	1	5	3,40	,940
Y8	20	4	5	4,60	,503
Y9	20	4	5	4,65	,489
Y10	20	1	5	4,35	,933
Y11	20	4	5	4,60	,503
Y12	20	3	4	3,60	,503

Y13	20	3	5	4,50	,607
Y14	20	1	5	3,55	1,432
Y15	20	3	5	4,50	,607
Y16	20	1	5	3,90	1,119
Y17	20	3	5	3,70	,733
Y18	20	3	5	3,85	,813
Y19	20	3	5	3,95	,759
Y20	20	3	5	4,05	,759
Y21	20	3	5	4,50	,688
Y22	20	3	5	4,25	,639
Y23	20	3	5	4,45	,686
Y24	20	1	5	3,75	1,164
Y25	20	3	5	4,00	,795
Valid N (listwise)	20				

Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa 25 butir variabel pengamalan agama dinyatakan valid karena standar deviasinya tidak ada yang dibawah 0,444, yang diperoleh dari nilai rumus df (*degree of freedom*) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < level\ of\ significance\ 0,05$ , yaitu  $df = N-2$  ( $20-2 = 18$ ). Pada tingkat kepercayaan 0,05 untuk df 18 adalah 0,444 dan pada tingkat kepercayaan 0.01 adalah 0.561, yang dilakukan uji coba terhadap 20 orang,

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan hasil pengukuran yang dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden konsisten atau stabil. Kuesioner dikatakan reliabel (dapat dipercaya) jika setelah digunakan beberapa kali dapat memberikan hasil pengukuran yang relatif sama. Tinggi rendahnya reliabilitas alat ukur ini ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas. Reliabilitas instrumen dianggap handal jika memiliki reliabilitas  $\geq 0,5$  (besar atau sama dengan 0,5). Rumus yang digunakan =  $R_{tt} = M (1 - V_x)$

$$M - 1 V_t$$

Dengan pengertian:

$V$  = Varian

$V_t$  = Varian Total

$M$  = Jumlah Butir

$R_{tt}$  = Nilai Korelasi Alpha

Untuk menguji realibilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Kategori koefisien reliabilitas sebagai berikut:

- a.  $0,80 < r_{11} \leq 1,00$  reliabilitas sangat tinggi
- b.  $0,60 < r_{11} \leq 0,79$  reliabilitas tinggi
- c.  $0,40 < r_{11} \leq 0,59$  reliabilitas sedang
- d.  $0,20 < r_{11} \leq 0,39$  reliabilitas rendah
- e.  $-1,00 \leq r_{11} \leq 0,19$  reliabilitas sangat rendah (tidak reliable).<sup>57</sup>

Selanjutnya berdasarkan hasil uji reliabilitas data pada kolom *Cronbach's Alpha Reliability* menunjukkan angka alpha variabel acara dialog agama Islam di RRI sebesar 0.918, sedangkan angka  $r$  tabel pada kolom 20 adalah 0.561. Dengan demikian berarti reliabilitas data tergolong sangat tinggi, karena berada antara  $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ . Dan dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel acara dialog agama Islam di RRI terbukti reliabel, dimana nilai *cronbach's Alpha* ( $0,918$ )  $\geq 0,444$ . Tingkat reliabilitas variabel acara dialog agama Islam digambarkan pada tabel *reliability statistic* berikut:

---

<sup>57</sup> *Ibid.*

**Tabel 9: *Reliability Statistic* Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,918	26

Sedangkan tingkat reliabilitas variabel pengamalan agama digambarkan pada tabel *reliability statistic* berikut:

**Tabel 10: *Reliability Statistic* Pengamalan Agama (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,930	25

Berdasarkan tabel *reliability* tersebut, maka diketahui bahwa butir item variabel pengamalan agama dinyatakan reliabel sangat tinggi, karena variabel memiliki angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,930 dan angka ini berada diantara  $0,80 < r \leq 1,00$ .

#### **I. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah suatu proses pengklasifikasian, pengkategorian, penyusunan dan elaborasi sehingga data yang telah dikumpulkan dapat diberi makna untuk menjawab masalah penelitian yang telah dirumuskan atau untuk mencapai tujuan penelitian. Teknik analisis data adalah cara untuk memudahkan



pengolahan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibuat dan dimengerti. Untuk menguji dan menganalisis data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka harus diuji dan dianalisis dengan menggunakan rumus statistika.

Teknik analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia, baik data primer maupun data sekunder. Setelah data dipelajari, kemudian langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan analisis. Data yang bersifat kualitatif dianalisis secara deskriptif analisis, sedangkan data yang bersifat kuantitatif dianalisis dengan menggunakan statistik. Untuk menguji hipotesis penelitian, maka digunakan analisis korelasi *Product Moment* dengan bantuan program komputer *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 19. Analisis diskriptif digunakan untuk mencari harga rata-rata, simpangan baku, distribusi frekuensi, median, modus dan pembuatan histogram dari acara dialog agama Islam dan pengamalan agama. Untuk menyusun daftar distribusi frekuensi dengan panjang kelas yang sama dilakukan dengan cara sturges.

Sedangkan analisis statistik bertujuan agar hasil penelitian dapat dibuat simpulan pengujian. Analisis statistik meliputi uji persyaratan analisis dan pengujian hipotesis.

1. Pengujian Persyaratan Analisis.

Pengujian persyaratan analisis dilakukan dengan cara:

- a. Uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov-Z, dengan ketentuan data berdistribusi normal apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0,05).

- b. Uji linieritas, untuk membuktikan apakah variansi hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) linear atau tidak, maka dilakukan uji linearitas dengan uji F dengan ketentuan data memiliki hubungan yang linier apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dan nilai signifikansinya lebih besar dari 5% (0,05). Uji linearitas dilakukan dengan uji ANOVA.

2. Pengujian hipotesis.

Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan korelasi product moment. Korelasi antara variabel X dengan variabel Y di uji dengan menggunakan rumus simpangan (deviasi), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum x.y}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y.

$x$  = deviasi dari mean untuk nilai variabel X

$y$  = deviasi dari mean untuk nilai variabel Y

$\sum x.y$  = jumlah perkalian antara nilai X dan Y

$x^2$  = Kuadrat dari nilai  $x$

$y^2$  = Kuadrat dari nilai  $y$

Untuk melihat apakah ada korelasi antara variabel acara dialog agama Islam dengan variabel pengamalan agama, harus diketahui *koefisien regresi* (b), dengan ketentuan:

1.  $H_0 = \mu_1 \neq \mu_2$ , berarti tidak ada hubungan linier antara variabel independent dan variabel depedent.

2.  $H_a = \mu_1 \neq \mu_2$ , berarti ada hubungan linier antara variabel independent dengan variabel dependent.

Sedangkan untuk menguji tingkat signifikansi hubungan diantara dua variable dilakukan dengan uji-t. maka ketentuan yang berlaku adalah bilamana nilai t-hitung  $>$  t-tabel maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis kerja ( $H_a$ ) diterima, artinya kedua variabel memiliki hubungan linier pada tingkat signifikansi tertentu. Sebaliknya jika nilai t-hitung  $<$  t-tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis kerja ( $H_a$ ) ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data Variabel Penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mengetahui deskripsi variabel acara dialog agama Islam di RRI (X) dan variabel pengamalan agama (Y), dapat diuraikan berikut.

##### **1. Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**

Pengumpulan data variabel acara dialog agama Islam di RRI (X) dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 26 item pertanyaan kepada 100 responden penelitian. Untuk melihat distribusi total skor dari pertanyaan untuk variabel acara dialog agama Islam di RRI (X), dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 11**  
**Distribusi Skor Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**

#### **Frequencies**

#### **Statistics**

Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)	
N	Valid 100
	Missing 0
Mean	110,5100
Median	111,0000
Mode	109,00
Std. Deviation	6,40627

Variance	41,040
Skewness	-,437
Std. Error of Skewness	,241
Kurtosis	,052
Std. Error of Kurtosis	,478
Minimum	93,00
Maximum	123,00

Dari tabel 9 diatas, pengolahan data variabel acara dialog agama Islam menunjukkan nilai-nilai sebagai berikut:

- Mean = 110,5100

- Median = 111,0000

- Modus = 109,00

- Standar deviasi = 6,40627

- Maksimum = 123

- Minimum = 93

- Rentang kelas = batas maksimum – batas minimum =  $123 - 93 = 30$

- Banyak kelas dihitung dengan menggunakan rumus Sturges =  $k = 1 + 3,322 \cdot \log n$

(n: banyaknya data), maka  $k = 1 + 3,322 \cdot (\log 100) = 1 + 3,322 \cdot (1,997) = 1 + 6,634 = 7,63$  dibulatkan menjadi 8.

- Interval =  $i = r/k$ , dimana r (maksimum – minimum), maka  $i = 30/8 = 3,75$  dibulatkan 4.

- Fr (frekuensi relatif) =  $f/n \times 100\%$ .

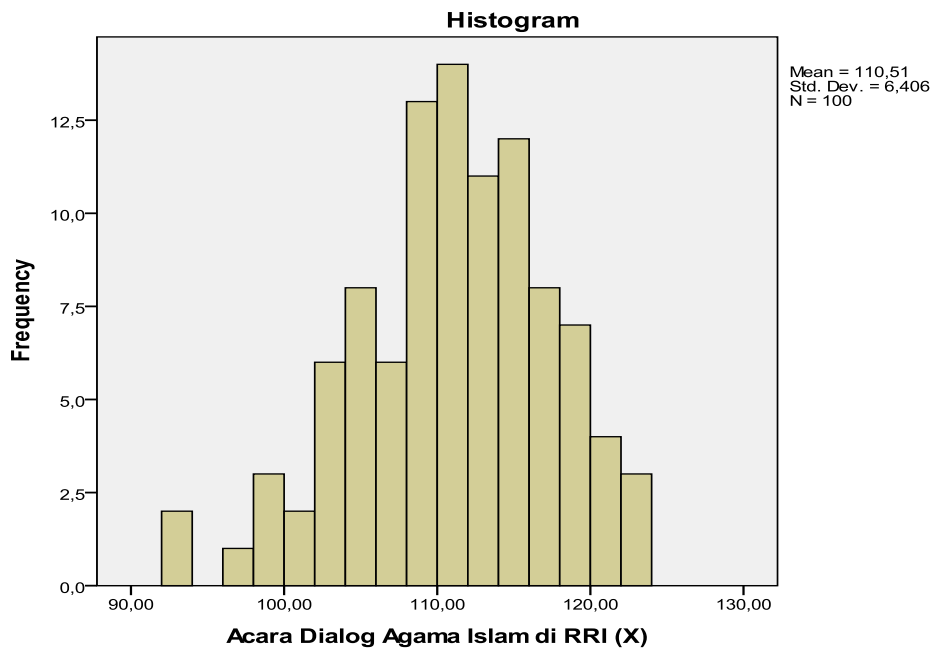
Dari data tersebut menunjukkan rata-rata hitung, median dan modus tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi frekuensi variabel acara dialog agama Islam di RRI, sebaran datanya cenderung berdistribusi normal.

Penjelasan distribusi frekuensi variabel acara dialog agama Islam dapat dilihat pada tabel dan histogram berikut:

**Tabel 12**  
**Distribusi Frekuensi Data Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**

No	Kelas Interval	Fo (Frekuensi Absolut)	Fo (%) (Frekuensi Relatif)
1.	93 - 97	3	3%
2.	98 – 102	8	8%
3.	103 – 107	17	17%
4.	108 – 112	31	31%
5.	113 - 117	27	73%
6.	118 - 123	14	14%
	Jumlah	100	100%

**Gambar 2**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)**



Berdasarkan hasil perhitungan, selanjutnya pengelompokkan skor untuk variabel acara dialog agama Islam di RRI, yaitu skor 93 - 97 sebesar 3%, skor 98 – 102 sebesar 8%, skor 103 - 107 sebesar 17%, skor 108 – 112 sebesar 31% dan skor 113 - 117 sebesar 27%, dan skor 118 - 123 sebesar 14%. Untuk mengetahui sebaran data tiap item pertanyaan variabel acara dialog agama Islam di RRI dapat dilihat pada tabel 11 sampai dengan tabel 36 berikut:

**Tabel 13**  
**Frekuensi Acara Dialog Agama Islam Sudah Mencukupi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Pasti	21	21,0	21,0	25,0
	Setuju	56	56,0	56,0	81,0
	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	100,0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Tidak Pasti	21	21,0	21,0	25,0
Setuju	56	56,0	56,0	81,0
Sangat Setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan frekuensi acara dialog agama Islam sudah mencukupi, yaitu sangat setuju 19 orang (19%), setuju 56 orang (56%), tidak pasti 21 orang (21%), tidak setuju 4 orang (4%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 14**  
**Frekuensi Acara Dialog Agama Islam Sebaiknya Ditambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Pasti	9	9,0	9,0	10,0
Setuju	44	44,0	44,0	54,0
Sangat Setuju	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 14 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan frekuensi acara dialog agama Islam sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 46 orang (46%), setuju 44 orang (44%), tidak pasti 9 orang (9%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 15**  
**Durasi Acara Dialog Agama Islam Sudah Mencukupi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------



Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Pasti	41	41,0	41,0	45,0
	Setuju	40	40,0	40,0	85,0
	Sangat Setuju	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 15 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan durasi acara dialog agama Islam sudah mencukupi, yaitu sangat setuju 15 orang (15%), setuju 40 orang (40%), tidak pasti 41 orang (41%), tidak setuju 4 orang (4%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 16**  
**Durasi Acara Dialog Agama Islam Sebaiknya Ditambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
	Tidak Setuju	2	2,0	2,0
	Tidak Pasti	8	8,0	10,0
	Setuju	53	53,0	63,0
	Sangat Setuju	37	37,0	100,0
	Total	100	100,0	

Dari tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan durasi acara dialog agama Islam sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 37 orang (37%), setuju 53 orang (53%), tidak pasti 8 orang (8%), tidak setuju 2 orang (2%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 17**  
**Materi Acara Dialog Agama Islam Beragam**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0

Tidak Pasti	9	9,0	9,0	10,0
Setuju	46	46,0	46,0	56,0
Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 17 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi acara dialog agama Islam beragam, yaitu sangat setuju 44 orang (44%), setuju 46 orang (46%), tidak pasti 9 orang (9%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 18**  
**Materi Acara Dialog Agama Islam Berkualitas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Pasti	8	8,0	8,0	9,0
Setuju	52	52,0	52,0	61,0
Sangat Setuju	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 18 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi acara dialog agama Islam berkualitas, yaitu sangat setuju 39 orang (39%), setuju 52 orang (52%), tidak pasti 8 orang (8%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 19**  
**Materi Acara Dialog Agama Islam Bermanfaat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak pasti	1	1,0	1,0	1,0

Setuju	50	50,0	50,0	51,0
Sangat Setuju	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 19 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi acara dialog agama Islam bermanfaat, yaitu sangat setuju 49 orang (49%), setuju 50 orang (50%), tidak pasti 1 orang (1%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 20**  
**Materi Acara Dialog Agama Islam Menarik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak Pasti	12	12,0	12,0	14,0
Setuju	46	46,0	46,0	60,0
Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 20 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi acara dialog agama Islam bermanfaat, yaitu sangat setuju 40 orang (40%), setuju 46 orang (46%), tidak pasti 12 orang (12%), tidak setuju 2 orang (2%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 21**  
**Materi Acara Dialog Agama Islam Sesuai Dengan Situasi Masyarakat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Pasti	9	9,0	9,0	12,0
Setuju	58	58,0	58,0	70,0
Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Pasti	9	9,0	9,0	12,0
	Setuju	58	58,0	58,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 21 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi acara dialog agama Islam sesuai dengan situasi masyarakat, yaitu sangat setuju 30 orang (30%), setuju 58 orang (58%), tidak pasti 9 orang (9%), tidak setuju 3 orang (3%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 22**

**Materi Ibadah Sebaiknya Ditambah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Pasti	9	9,0	9,0	9,0
	Setuju	36	36,0	36,0	45,0
	Sangat Setuju	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 22 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi ibadah sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 55 orang (55%), setuju 36 orang (36%), tidak pasti 9 orang (9%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 23**

**Materi Sosial Kemasyarakatan Sebaiknya Ditambah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Pasti	10	10,0	10,0	11,0
	Setuju	45	45,0	45,0	56,0
	Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 23 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi sosial kemasyarakatan sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 44 orang (44%), setuju 45 orang (45%), tidak pasti 10 orang (10%), tidak setuju 2 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 24**

**Materi Akidah Sebaiknya Ditambah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Pasti	2	2,0	2,0	2,0
	Setuju	45	45,0	45,0	47,0
	Sangat Setuju	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 24 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi akidah sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 53 orang (53%), setuju 45 orang (45%), tidak pasti 2 orang 2%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 25**

**Materi Pendidikan Sebaiknya Ditambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Pasti	8	8,0	8,0	11,0
Setuju	49	49,0	49,0	60,0
Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari table 25 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi pendidikan sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 40 orang (40%), setuju 49 orang (49%), tidak pasti 8orang (8%), tidak setuju 3 orang (3%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 26**

**Materi Kesehatan Sebaiknya Ditambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	9	9,0	9,0	9,0
Setuju	55	55,0	55,0	64,0
Sangat Setuju	36	36,0	36,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 26 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan materi kesehatan sebaiknya ditambah, yaitu sangat setuju 36 orang (36%), setuju 50 orang 507%), tidak pasti 9 orang (9%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 27**

**Penyampaian Materi Perlu Diulang-ulang Sehingga Lebih Jelas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Tidak Pasti	18	18,0	18,0	22,0
Setuju	54	54,0	54,0	76,0
Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 27 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan penyampaian materi perlu diulang-ulang sehingga lebih jelas, yaitu sangat setuju 24 orang (24%), setuju 54 orang (54%), tidak pasti 18 orang (18%), tidak setuju 4 orang (4%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 28**

**Sebaiknya Diperbanyak Materi Terkini/kontemporer**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Pasti	17	17,0	17,0	18,0
Setuju	51	51,0	51,0	69,0
Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 28 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan sebaiknya diperbanyak materi terkini/kontemporer, yaitu sangat setuju 31 orang (31%), setuju 51 orang (51%), tidak pasti 17 orang (17%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 29**

**Waktu Penyiaran Acara Dialog Agama Islam Sudah Sesuai Dengan Sasaran**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Pasti	5	5,0	5,0	8,0
	Setuju	65	65,0	65,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 29 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan waktu penyiaran acara dialog agama Islam sudah sesuai dengan sasaran, yaitu sangat setuju 27 orang (27%), setuju 65 orang (65%), tidak pasti 5 orang (5%), tidak setuju 3 orang (3%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 30**

**Waktu Penyiaran Acara Dialog Agama Islam Disesuaikan Dengan Situasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
	Tidak setuju	1	1,0	1,0
	Tidak Pasti	16	16,0	17,0
	Setuju	49	49,0	66,0
	Sangat Setuju	34	34,0	100,0
	Total	100	100,0	

Dari tabel 30 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan waktu penyiaran acara dialog agama Islam disesuaikan dengan situasi, yaitu sangat setuju 34 orang (34%), setuju 49 orang (49%), tidak pasti 16 orang (16%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 31**

**Waktu Penyiaran Acara Dialog Agama Islam Khusus Ramadhan Perlu Perubahan**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	14	14,0	14,0	14,0
Setuju	63	63,0	63,0	77,0
Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 31 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan waktu penyiaran acara dialog agama Islam khusus Ramadhan perlu perubahan, yaitu sangat setuju 23 orang (23%), setuju 63 orang (63%), tidak pasti 14 orang (14%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 32**

**Ustad Yang Menjadi Narasumber Dari Kalangan Agamis**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	55	55,0	55,0	57,0
Sangat Setuju	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 32 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan ustad yang menjadi narasumber dari kalangan agamis, yaitu sangat setuju 43 orang (43%), setuju 55 orang (55%), tidak pasti 2 orang (2%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 33**

**Ustad Yang Menjadi Narasumber Juga Dari Kalangan Profesional**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Pasti	6	6,0	6,0	7,0
	Setuju	46	46,0	46,0	53,0
	Sangat Setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 33 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan ustad yang menjadi narasumber juga dari kalangan profesional, yaitu sangat setuju 47 orang (47%), setuju 46 orang (46%), tidak pasti 6 orang (6%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 34**

**Ustad Yang Menjadi Narasumber Sebaiknya Yang Berkualitas Dibidangnya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	5	5,0	5,0	5,0
Setuju	45	45,0	45,0	50,0
Sangat Setuju	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 34 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan ustad yang menjadi narasumber sebaiknya yang berkualitas dibidangnya, yaitu sangat setuju 51 orang (51%), setuju 45 orang (45%), tidak pasti 5 orang (5%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 35**

**Ustad Yang Menjadi Narasumber Sebaiknya Bergantian Laki-laki Juga Perempuan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	3	3,0	3,0	4,0

Tidak Pasti	12	12,0	12,0	16,0
Setuju	43	43,0	43,0	59,0
Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 35 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan ustad yang menjadi narasumber sebaiknya bergantian laki-laki juga perempuan, yaitu sangat setuju 41 orang (41%), setuju 43 orang (43%), tidak pasti 12 orang (12%), tidak setuju 3 orang (3%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1%).

**Tabel 36**  
**Penyampaian Ustad Menarik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	12	12,0	12,0	12,0
Setuju	40	40,0	40,0	52,0
Sangat Setuju	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 36 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan penyampaian ustad menarik, yaitu sangat setuju 48 orang (48%), setuju 40 orang (40%), tidak pasti 12 orang (12%), yang menyatakan tidak setuju dan angat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 37**  
**Penyampaian Ustad Harus Jelas Dan Mendalam**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Pasti	3	3,0	3,0	3,0

Setuju	45	45,0	45,0	48,0
Sangat Setuju	52	52,0	52,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 37 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan penyampaian ustad harus jelas dan mendalam, yaitu sangat setuju 52 orang (52%), setuju 45 orang (45%), tidak pasti 3 orang (3%), yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada (0%).

**Tabel 38**

**Acara Dialog Agama Islam Sebaiknya Diselingi Dengan Kuis**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	2,0
Tidak Pasti	9	9,0	9,0	11,0
Setuju	52	52,0	52,0	63,0
Sangat Setuju	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 38 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan acara dialog agama Islam sebaiknya diselingi dengan kuis, yaitu sangat setuju 37 orang (37%), setuju 52 orang (52%), tidak pasti 9 orang (9%), tidak setuju 1 orang (1%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1%).

## **2. Pengamalan Agama (Y)**

Pengumpulan data variabel pengamalan agama (Y) dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 25 item pertanyaan kepada 100 responden

penelitian. Penjelasan distribusi skor variabel pengamalan agama dalam tabel berikut:

**Tabel 39**

**Distribusi Skor Varibael Pengamalan Agama (Y)**

**Frequencies**

**Statistics**

Pengamalan Agama (Y)	
N	Valid
	Missing
Mean	
Median	
Mode	
Std. Deviation	
Variance	
Skewness	
Std. Error of Skewness	
Kurtosis	
Std. Error of Kurtosis	
Range	
Minimum	
Maximum	

Dari tabel 39 diatas, pengolahan data variabel pengamalan agama masyarakat menunjukkan nilai-nilai sebagai berikut:

- Mean = 107,6300
- Median = 108,0000
- Modus = 111,00
- Standar deviasi = 6,60373
- Maksimum = 121
- Minimum = 87

- Rentang kelas = batas maksimum – batas minimum =  $121 - 87 = 34$

- Banyak kelas dihitung dengan menggunakan rumus Sturges =  $k = 1 + 3,322 \log n$

(n: banyaknya data), maka  $k = 1 + 3,322 \cdot (\log 100) = 1 + 3,322 \cdot (1,997) = 1 + 6,634 = 7,63$  dibulatkan menjadi 8.

- Interval =  $i = r/k$ , dimana r (maksimum – minimum), maka  $i = 34/8 = 4,25$  dibulatkan = 4

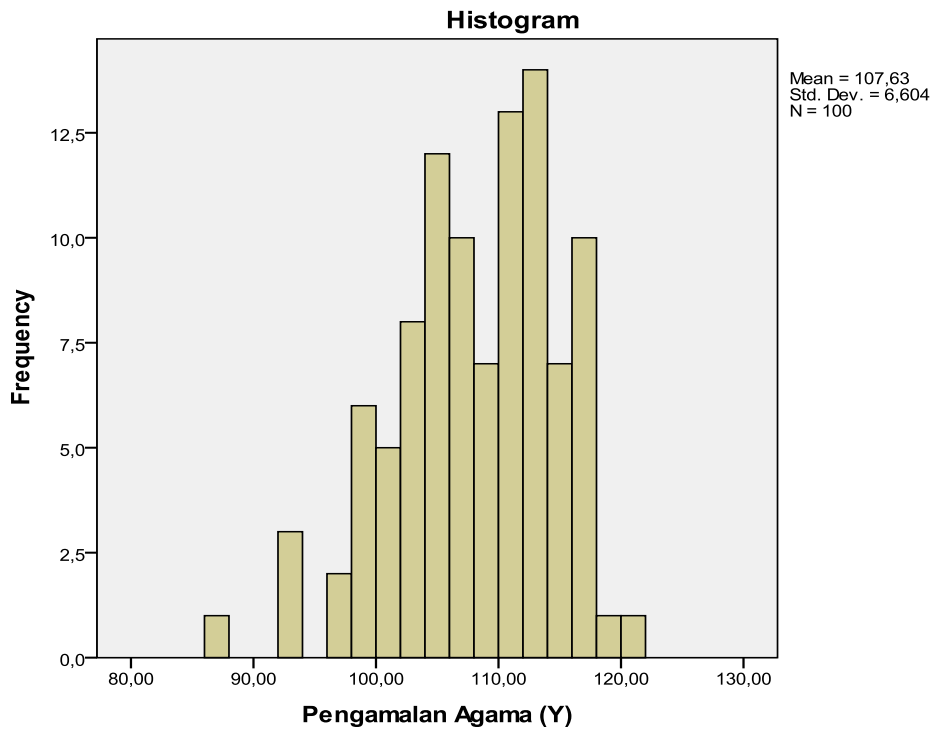
- Fr (frekuensi relatif) =  $f/n \times 100\%$ .

Dari data tersebut menunjukkan rata-rata hitung, median dan modus tidak jauh berbeda. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi frekuensi variabel pengamalan agama, sebaran datanya cenderung berdistribusi normal. Penjelasan distribusi frekuensi variabel pengamalan agama dapat dilihat pada tabel dan histogram berikut:

**Tabel 40**  
**Distribusi Frekuensi Data Variabel Pengamalan Agama (Y)**

No	Kelas Interval	Fo (Frekuensi Absolut)	Fo (%) (Frekuensi Relatif)
1.	87 - 91	1	1%
2.	92 – 96	3	3%
3.	97 - 101	13	13%
4.	102 – 106	27	27%
5.	107 - 111	23	23%
6.	112 – 116	27	27%
7.	117 - 121	6	6%
	Jumlah	100	100%

**Gambar 3**  
**Distribusi Variabel Pengamalan Agama (Y)**



Berdasarkan hasil perhitungan, selanjutnya pengelompokkan skor untuk variabel pengamalan agama, yaitu skor 88 - 92 sebesar 3%, skor 93 - 97 sebesar 3%, skor 98 - 102 sebesar 19% dan skor 103 - 107 sebesar 22%, skor 108 - 112 sebesar 28%, skor 113 - 117 sebesar 20% dan skor 118 - 122 sebesar 5%. Untuk mengetahui sebaran data tiap item pertanyaan variabel kepuasan pendengar dapat dilihat pada tabel 41 sampai tabel 65.

**Tabel 41**  
**Saya Melaksanakan Shalat Fardhu Di Awal Waktu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
Hampir Tidak Pernah	2	2,0	2,0	3,0

Kadang-kadang	5	5,0	5,0	8,0
Sering	62	62,0	62,0	70,0
Sangat Sering	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 41 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat fardhu di awal waktu, yaitu sangat sering 30 orang (30%), sering 62 orang (62%), kadang-kadang 5 orang (5%), hampir tidak pernah 2 orang (2%) dan yang menyatakan tidak pernah 1 orang (1%).

**Tabel 42: Saya Melaksanakan Shalat Fardhu Secara Berjama'ah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
Hampir Tidak Pernah	1	1,0	1,0	2,0
Kadang-kadang	9	9,0	9,0	11,0
Sering	57	57,0	57,0	68,0
Sangat Sering	32	32,0	32,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 42 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat fardhu secara berjama'ah, yaitu sangat sering 32 orang (32%), sering 57 orang (57%), kadang-kadang 9 orang (9%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah 1 orang (1%).

**Tabel 43**  
**Saya Melaksanakan Shalat Fardhu Lima Waktu Sehari Semalam**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------



Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	0	0	0	0
	Sering	43	43,0	43,0	43,0
	Sangat Sering	57	57,0	57,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 43 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat fardhu lima waktu sehari semalam, yaitu sangat sering 57 orang (57%), sering 43 orang (43%), yang menyatakan kadang-kadang, hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 44**  
**Saya Melaksanakan Shalat Di Masjid**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Pernah	0	0	0	0
Hampir Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
Kadang-kadang	11	11,0	11,0	12,0
Sering	54	54,0	54,0	66,0
Sangat Sering	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 44 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat di mesjid, yaitu sangat sering 34 orang (34%), sering 54 orang (54%), kadang-kadang 11 orang (11%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 45**  
**Saya Melaksanakan Shalat Sunnat Rawatib**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	3	3,0	3,0	3,0
	Kadang-kadang	7	7,0	7,0	10,0
	Sering	57	57,0	57,0	67,0
	Sangat Sering	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 45 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat sunnat rawatib, yaitu sangat sering 33 orang (33%), sering 57 orang (57%), kadang-kadang 7 orang (7%), hampir tidak pernah 3 orang (3%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 46**  
**Saya Melaksanakan Shalat Sunnat Tahajud Setiap Malam**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	2	2,0	2,0	2,0
	Kadang-kadang	24	24,0	24,0	26,0
	Sering	50	50,0	50,0	76,0
	Sangat Sering	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 46 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat sunnat tahajud setiap malam, yaitu sangat sering 24 orang (24%), sering 50 orang (50%), kadang-kadang 24 orang (24%), hampir tidak pernah 2 orang (2%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 47**  
**Saya Melaksanakan Shalat Sunnat Jenazah Setiap Bertakziah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	32	32,0	32,0	32,0
	Sering	49	49,0	49,0	81,0
	Sangat Sering	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 47 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan shalat sunnat jenazah setiap bertakziah, yaitu sangat sering 19 orang (19%), sering 49 orang (49%), kadang-kadang 32 orang (32%), yang menyatakan hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 48**  
**Saya Melaksanakan Puasa Ramadhan Merupakan Kewajiban**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Pernah	0	0	0	0
Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
Kadang-kadang	1	1,0	1,0	1,0
Sering	31	31,0	31,0	32,0
Sangat Sering	68	68,0	68,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 48 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa ramadhan merupakan kewajiban, yaitu sangat sering 68 orang (68%), sering 31 orang (31%), kadang-kadang 1 orang (1%), yang menjawab hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 49**  
**Saya melaksanakan Puasa Ramadhan Untuk Meningkatkan Ketaqwaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	0	0	0	0
	Sering	31	31,0	31,0	31,0
	Sangat Sering	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 49 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa ramadhan untuk meningkatkan ketaqwaan, yaitu sangat sering 69 orang (69%), sering 31 orang (31%), yang menyatakan kadang-kadang, hampir tidak dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 50**  
**Saya Melaksanakan Puasa Ramadhan, Saya Dapat Merasakan Penderitaan Orang Lain**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak pernah	1	1,0	1,0	1,0
	Kadang-kadang	5	5,0	5,0	6,0
	Sering	43	43,0	43,0	49,0
	Sangat Sering	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 50 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa ramadhan, saya dapat merasakan penderitaan orang lain, yaitu sangat sering 51 orang (51%), sering 43 orang (43%), kadang-kadang 5 orang (5%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 51**  
**Saya Melaksanakan Puasa Ramadhan Setiap Tahun**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	0	0	0	0
Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
Kadang-kadang	0	0	0	0
Sering	31	31,0	31,0	31,0
Sangat Sering	69	69,0	69,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 51 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa ramadhan setiap tahun, yaitu sangat sering 69 orang (69%), sering 31 orang (31%), yang menyatakan kadang-kadang, hampir tidak pernah dan tidak pernah, tidak ada (0%).

**Tabel 52**  
**Saya Melaksanakan Puasa Sunnat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	0	0	0	0
Hmpir Tidak Pernah	0	0	0	0
Kadang-kadang	35	35,0	35,0	35,0
Sering	38	38,0	38,0	73,0
Sangat Sering	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 52 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa sunnat, yaitu sangat sering 27 orang (27%), sering 38 orang (38%), kadang-kadang 35 orang (35%), yang menjawab hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 53**  
**Saya Melaksanakan Puasa Ramadhan Sebulan Penuh**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	2	2,0	2,0	2,0
	Sering	36	36,0	36,0	38,0
	Sangat Sering	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 53 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa Ramadhan sebulan penuh, yaitu sangat sering 62 orang (62%), sering 36 orang (36%), kadang-kadang 2 orang (2%), yang menyatakan hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 54**  
**Setiap Habis Ramdhan, Saya Terus Berupaya Menggantikan Puasa Yang Tinggal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
	Kadang-kadang	22	22,0	22,0	23,0
	Sering	40	40,0	40,0	63,0
	Sangat Sering	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 54 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan melaksanakan puasa ramadhan sebulan penuh, yaitu sangat sering 37 orang (37%), sering 40 orang (40%), kadang-kadang 22 orang (22%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 55**  
**Saya Selalu Mengeluarkan Zakat Fitrah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang				
	Sering	41	41,0	41,0	41,0
	Sangat Sering	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 55 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan selalu mengeluarkan zakat fitrah, yaitu sangat sering 59 orang (59%), sering 41 orang (41%), yang menyatakan kadang-kadang, hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 56**  
**Saya Selalu Mengeluarkan Zakat Harta Setiap Tahun**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
	Hampir Tidak Pernah	4	4,0	4,0	5,0
	Kadang-kadang	24	24,0	24,0	29,0
	Sering	34	34,0	34,0	63,0
	Sangat Sering	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 56 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan selalu mengeluarkan zakat harta setiap tahun, yaitu sangat sering 37 orang (37%), sering 34 orang (34%), kadang-kadang 24 orang (24%), hampir tidak pernah 4 orang (4%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada 1 orang (1%).

**Tabel 57**  
**Saya Berinfak Ke Mesjid Setiap Datang Ke Pengajian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	2	2,0	2,0	2,0
	Sering	60	60,0	60,0	62,0
	Sangat Sering	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 57 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak ke mesjid setiap datang ke pengajian, yaitu sangat sering 38 orang (38%), sering 60 orang (60%), kadang-kadang 2 orang (2%), yang menyatakan hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%)

**Tabel 58**  
**Saya Berinfak Setiap Ada Orang Meminta Bantuan Ke Rumah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
	Kadang-kadang	8	8,0	8,0	9,0
	Sering	54	54,0	54,0	63,0
	Sangat Sering	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 58 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak setiap ada orang meminta bantuan ke rumah, yaitu sangat sering 37 orang (37%), sering 54 orang (54%), kadang-kadang 8 orang (8%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 59**  
**Saya Berinfak Kepada Anak Yatim Piatu**



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	0	0	0	0
Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
Kadang-kadang	7	7,0	7,0	7,0
Sering	56	56,0	56,0	63,0
Sangat Sering	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 59 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak kepada anak yatim piatu, yaitu sangat sering 37 orang (37%), sering 56 orang (56%), kadang-kadang 7 orang (7%), yang menjawab hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 60**  
**Saya Berinfak Tidak Pernah Memberikan Nama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Pernah	0	0	0	0
Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
Kadang-kadang	1	1,0	1,0	1,0
Sering	58	58,0	58,0	59,0
Sangat Sering	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 60 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak tidak pernah memberikan nama, yaitu sangat sering 41 orang (41%), sering 58 orang (58%), kadang-kadang 1 orang (1%), yang menyatakan hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 61**  
**Saya Bahagia Berinfak Karena Bisa Membantu Orang Lain**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	6	6,0	6,0	6,0
	Sering	38	38,0	38,0	44,0
	Sangat Sering	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 61 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak kepada anak yatim piatu, yaitu sangat sering 56 orang (56%), sering 38 orang (38%), kadang-kadang 6 orang (6%), yang menjawab hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 62**  
**Saya Berinfak Untuk Membersihkan Harta**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	5	5,0	5,0	5,0
	Sering	49	49,0	49,0	54,0
	Sangat Sering	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 62 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak untuk membersihkan harta, yaitu sangat sering 46 orang (46%), sering 49 orang (49%), kadang-kadang 5 orang (5%), yang menjawab hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 63**  
**Saya Berinfak Untuk Mensucikan Diri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	0	0	0	0
	Kadang-kadang	9	9,0	9,0	9,0
	Sering	38	38,0	38,0	47,0
	Sangat Sering	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 63 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak untuk mensucikan diri, yaitu sangat sering 53 orang (53%), sering 38 orang (38%), kadang-kadang 9 orang (9%), yang menyatkan hampir tidak pernah dan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 64**  
**Saya Berinfak Ke Mesjid Setiap Jum'at**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	4	4,0	4,0	4,0
	Kadang-kadang	28	28,0	28,0	32,0
	Sering	39	39,0	39,0	71,0
	Sangat Sering	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 64 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak ke mesjid setiap jumat, yaitu sangat sering 29 orang (29%), sering 39 orang (39%), kadang-kadang 28 orang (28%), hampir tidak pernah 4 orang (4%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

**Tabel 65**  
**Saya Berinfak Ke mesjid Setiap Hari Raya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	0	0	0	0
	Hampir Tidak Pernah	1	1,0	1,0	1,0
	Kadang-kadang	12	12,0	12,0	13,0
	Sering	47	47,0	47,0	60,0
	Sangat Sering	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari tabel 65 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menyatakan berinfak ke mesjid setiap hari raya, yaitu sangat sering 40 orang (40%), sering 47 orang (47%), kadang-kadang 12 orang (12%), hampir tidak pernah 1 orang (1%) dan yang menyatakan tidak pernah tidak ada (0%).

## **B. Pengujian Persyaratan Analisis**

### **1. Pengujian Normalitas Data**

Uji normalitas merupakan suatu jenis uji statistik untuk menentukan apakah data memiliki penyebaran yang normal atau berdistribusi normal. Sebelum menguji hipotesis penelitian dilakukan dalam analisis statistik, maka perlu dilakukan uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov-Z, dengan ketentuan data berdistribusi normal apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 66: Hasil Uji Normalitas**

#### **NPar Tests**

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

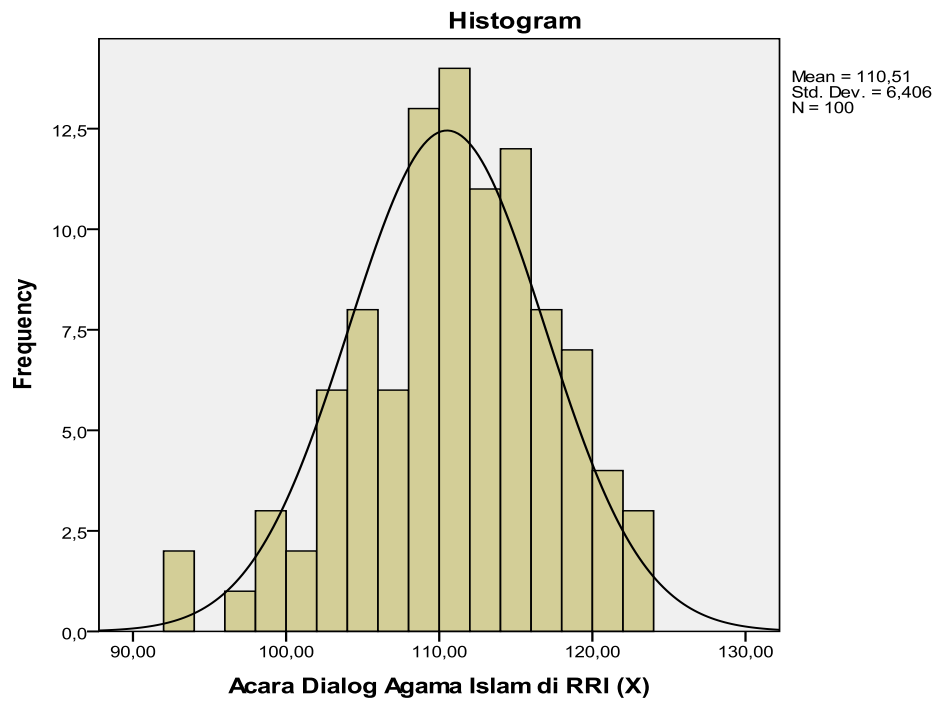
		Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)	Pengamalan Agama (Y)
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	110,5100	107,6300
	Std. Deviation	6,40627	6,60373
Most Extreme Differences	Absolute	,087	,125
	Positive	,036	,058
	Negative	-,087	-,125
Kolmogorov-Smirnov Z		,868	1,251
Asymp. Sig. (2-tailed)		,438	,087

a. Test distribution is Normal.

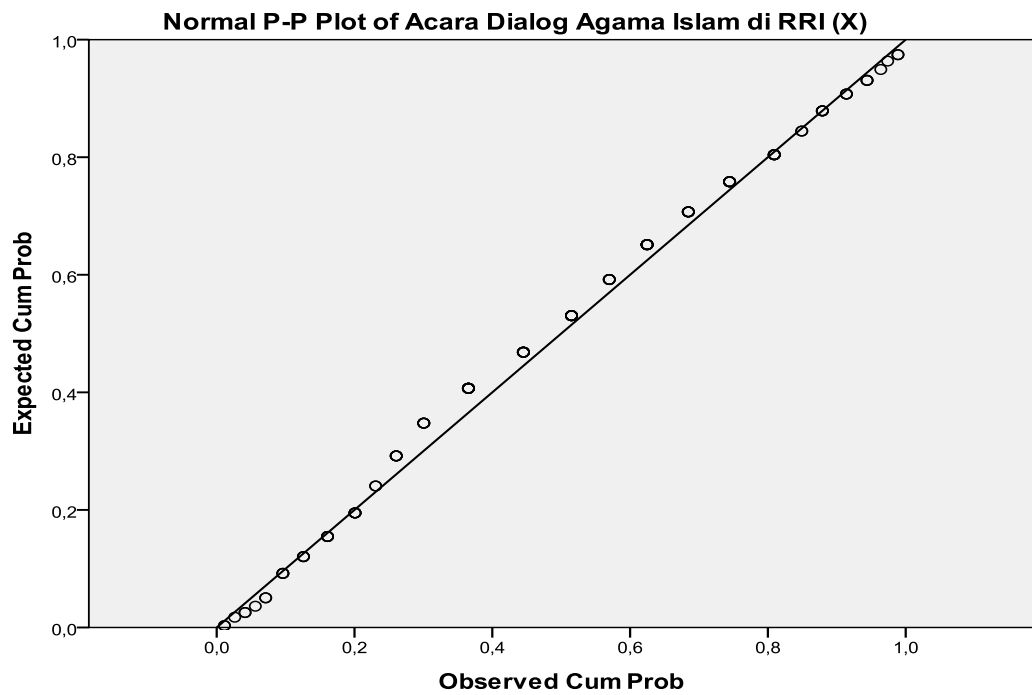
b. Calculated from data.

Dari tabel 66 diatas terlihat bahwa variabel penelitian X dan Y memiliki nilai probabilitas (sig-p), yaitu X sebesar 0,438 lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0,05),  $0,438 > 0,05$  dan Y sebesar  $0,087 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan seluruh data berdistribusi normal. Hasil yang sama juga dikonfirmasi oleh grafik normal dengan ketentuan data variabel yang baik adalah data yang memiliki bentuk kurva dengan kemiringan sisi kiri dan kanan dan tidak condong ke kiri maupun ke kanan, melainkan ke tengah dengan bentuk seperti lonceng dengan mendekati nol, seperti gambar berikut:

**Gambar 4: Histogram**



**Gambar 5: Normal P-P Plot**



Pada normalisasi data dengan normal P-P Plot, data dinyatakan berdistribusi normal, karena titik – titik residual berada disepanjang garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi telah memenuhi normalitas. Uji normalitas yang ditampilkan adalah uji normalitas untuk variabel acara dialog agama Islam di RRI (X) karena dianggap telah mewakili uji normalitas untuk variabel pengamalan agama (Y). Untuk itu dapat disimpulkan bahwa semua data variabel *independent* dan variabel *dependent* adalah berdistribusi normal.

## **2. Pengujian Linieritas**

Untuk membuktikan apakah variansi variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) linier atau tidak, maka dilakukan uji linearitas dengan uji F dengan ketentuan data yang linier apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dan membandingkan nilai Sig dengan taraf signifikansi 5% (0,05), hubungan linier jika nilai  $Sig > 0,05$ . Uji linieritas dilakukan dengan uji ANOVA, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 67: Hasil Uji Linieritas**

**Means**

ANOVA Table			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
(Y) * (X)	Between Groups	(Combined)	1343,322	26	51,666	1,268	,213
		Linearity	178,608	1	178,608	4,384	,040
		Deviation from Linearity	1164,714	25	46,589	1,144	,321
Within Groups			2973,988	73	40,740		
Total			4317,310	99			

Dari tabel 67 diatas menunjukkan hasil perhitungan untuk variabel acara dialog agama Islam (X) dengan variabel pengamalan agama (Y) diperoleh F hitung 1,144 dan F tabel 3,09 (dipetoleh dari  $df = N - 2$ ). Oleh karena F hitung  $< F$  tabel ( $1,144 < 3,09$ ), maka dapat dinyatakan variabel X dengan Y linier. Disamping itu berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh nilai Sig.sebesar 0,321. Oleh karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ( $p = 0,321 > 0,05$ ), maka dapat dinyatakan variabel X dengan Y linier.

**C. Pengujian Hipotesis**

Pada penelitian ini ada dua variabel yang akan dinilai, yaitu acara dialog agama Islam di RRI dan pengamalan agama, masing-masing memiliki indikator.

1.  $H_0$  (Hipotesis Nol) = tidak ada pengaruh acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama.
2.  $H_a$  (Hipotesis Alternatif) = Ada pengaruh acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama.



Untuk mengetahui apakah ada korelasi diantara variabel X dan variabel Y, dengan ketentuan:

- a.  $H_o = \mu_1 \neq \mu_2$ , berarti tidak ada hubungan linier antara variabel independet dan variabel depedent.
- b.  $H_a = \mu_1 = \mu_2$ , berarti ada hubungan linier antara variabel independent dengan variabel dependent.

**Tabel 68: Hasil Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Pengamalan Agama	107,6300	6,60373	100
Acara Dialog Agama Islam di RRI	110,5100	6,40627	100

Berdasarkan tabel 68 diatas menunjukkan rata-rata nilai acara dialog agama Islam di RRI (dengan jumlah data 100) adalah 110,5100 dengan standar deviasi 6,40627 sedangkan rata-rata nilai penamalan agama adalah 107,6300 dengan standar deviasi 6,60373. Sedangkan untuk menguji hipotesis terdapat pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe, dilakukan dengan ketentuan jika t-hitung > (lebih besar) dari t-tabel, maka  $H_o$  (hipotesis nol) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima atau dapat dinyatakan bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap Y.

Uji hipotesis penelitian tentang pengaruh acara dialog agama Islam (X) terhadap pengamalan agama (Y) dilakukan dengan uji-t dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 69: Hasil Uji-T**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	84,460	11,285		7,484	,000
Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)	,210	,102	,203	2,057	,042

a. Dependent Variable: Pengamalan Agama (Y)

Dari tabel 69 diatas menunjukkan bahwa nilai t-hitung X sebesar 2,057 dengan nilai sig.p = 0,042. Sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,67 (yang diperoleh dari daftar t-tabel untuk N=100 dan sig- $\alpha$  = 0,05. Karena t-hitung = 2,057 > t-tabel = 1,67 dan sig.p 0,042 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan ada pengaruh acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan terdapat pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama masyarakat.

Dan dari tabel tersebut menggambarkan (*Constant*) 84,460 yang menyatakan bahwa jika tidak mendengar acara dialog agama Islam di RRI, pengamalan agama masyarakat adalah 84,460. Koefisien regresi sebesar 0,210 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif)<sub>1</sub> mendengar acara dialog

Agama Islam di RRI akan meningkatkan pengamalan agama sebesar 0,210. Begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan (tidak ada) mendengar acara dialog agama Islam di RRI akan mengurangi pengamalan agama sebesar 0,210. Persamaan regresi menjadi:  $Y = 84,460 + 0,210 X$ .

Untuk mengetahui hubungan redesain programa RRI dengan kepuasan pendengar dapat juga dilihat dari tabel ANOVA dalam uji F berikut:

**Tabel 70: Hasil Uji-F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178,608	1	178,608	4,229	,042 <sup>a</sup>
	Residual	4138,702	98	42,232		
	Total	4317,310	99			

a. Predictors: (Constant), Acara Dialaog Agama Islam di RRI (X)

b. Dependent Variable: Pengamalan Agama (Y)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA diatas, maka diperoleh F-hitung = 4,229, sedangkan F-tabel diperoleh sebesar 3,090 (yang diperoleh dari daftar f-tabel untuk N=100). Maka diperoleh F hitung > F tabel yaitu  $4,229 > 3,090$ . Kemudian melihat besar nilai probabilitas (p) yaitu 0,042 pada taraf signifikansi 5% (0,05) diperoleh  $p\ 0,042 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama ditolak, dan hipotesis akternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa ada pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI diterima.

Berdasarkan hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan

agama pada taraf signifikansi 5%., maka model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi pengamalan agama.

Bila dikonversikan dengan korelasi *Pearson*, hubungan diantara dua variabel juga menunjukkan adanya pengaruh. Hal ini terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 71 Korelasi Product Moment**

Correlations			
		Acara Dialaog Agama Islam di RRI (X)	Pengamalan Agama (Y)
Acara Dialaog Agama Islam di RRI (X)	Pearson Correlation	1	,203*
	Sig. (2-tailed)		,042
	N	100	100
Pengamalan Agama (Y)	Pearson Correlation	,203*	1
	Sig. (2-tailed)	,042	
	N	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari tabel korelasi *product moment* diatas, terlihat hasil uji korelasi X dengan Y diperoleh r hitung sebesar 0,203, besarnya r tabel (yang diperoleh dari  $df=N-2$ ) pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 0,165. Oleh karena r hitung lebih besar dari r tabel, yaitu  $0,203 > 0,165$ , maka dapat dinyatakan bahwa variabel X dengan Y berhubungan signifikan (korelasi). Selain itu dapat juga dilihat dari nilai probabilitas Sig.(2-tailed) sebesar 0.042. Oleh karena nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $p=0,042 < 0,05$ ), maka dapat dinyatakan bahwa variabel X dengan Y berhubungan signifikan (korelasi).

Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat, sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 72: Hasil Uji-R**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,203 <sup>a</sup>	,041	,032	6,49859

a. Predictors: (Constant), Acara Dialog Agama Islam di RRI (X)

Dari tabel 69 Model Summary (Uji R) diatas menunjukkan koefisien determinasi dari variabel acara dialog agama Islam di RRI dengan variabel pengamalan agama diperoleh angka sebesar R Square 0,041. R Square merupakan pengkuadratan koefisien korelasi  $(0,203)^2 = 0,041$ . Hal ini berarti variabel pengamalan agama mampu dijelaskan oleh variabel acara dialog agama Islam di RRI sebesar 0,041 atau 4,1%, sedangkan sisanya 95,9% dijelaskan oleh variabel (faktor-faktor) lain diluar variabel yang digunakan.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan pada jawaban atas angket dan hasil pengolahan data dilapangan, diperoleh beberapa hal yang berkaitan dengan pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Dari tabel ANOVA dapat dilihat bahwa variabel bebas yaitu acara dialog agama Islam di RRI memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel terikat yaitu, pengamalan agama. Hal

ini dapat dilihat dari tingkat signifikan  $< 0,05$  dan  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  yaitu  $4,229 > 3,090$ . Kemudian melihat besar nilai probabilitas ( $p$ ) yaitu  $0,042$  pada taraf signifikansi 5% diperoleh  $p < 0,05$  yaitu  $0,042 < 0,05$ .

Hasil uji deskriptif memperlihatkan bahwa kebanyakan responden menyatakan tentang acara dialog agama Islam di RRI (31%) dan kebanyakan responden yang menyatakan pengamalan agama (27%). Hasil analisis kuantitatif dengan uji regresi linear menggunakan uji-t membuktikan acara dialog agama Islam di RRI mempunyai pengaruh terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe.. Hal ini diindikasikan oleh nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar  $2,057 > t\text{-tabel}$  sebesar  $1,67$  dan  $\text{sig-p } 0.042 < \text{sig-}a \text{ } 0,05$ .

Kemudian dari uji analisis R (Uji R) dapat dilihat koefisien determinasi dari variabel acara dialog agama Islam di RRI dengan variabel pengamalan agama diperoleh angka sebesar R Square  $0,041$ . R Square merupakan pengkuadratan koefisien korelasi  $(0,203)^2 = 0,041$ . Hal ini berarti variabel pengamalan agama mampu dijelaskan oleh variabel acara dialog agama Islam di RRI sebesar  $0,041$  atau  $4,1\%$ , sedangkan sisanya  $95,9\%$  dijelaskan oleh variabel (faktor-faktor) lain diluar variabel yang digunakan. Dengan demikian pengamalan agama masyarakat akan meningkat diantaranya karena mendengar acara dialog agama Islam di RRI.

Adanya pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe terhadap pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe selaras dengan pandangan teori Stimulus Organisme Response (S O R) yang berpandangan bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Teori ini menunjukkan

bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Artinya pesan yang disampaikan melalui media massa akan merangsang komunikan memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S O R dapat berlangsung secara positif atau negatif, artinya aksi yang disampaikan bisa mendapatkan reaksi positif atau negatif. Dengan demikian mendengar acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe memberi pengaruh terhadap pengamalan agama masyarakat terutama pengaruh positif.

Media massa memiliki kapasitas sebagai perangsang (*stimulus*) yang kuat dan menghasilkan tanggapan yang kuat pula (*response*). Teori S O R menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (pendengar radio) sebagai akibat dari komunikasi (penyampaian pesan melalui acara dialog Agama Islam). Besar kecilnya pengaruh dan bentuk pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus. Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari *stimulus* semula. Artinya *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme (komunikan atau pendengar radio). Dalam meyakinkan organisme ini, faktor *reinforcement* (penguatan) memegang peranan penting. Artinya penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*), yaitu kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Begitu juga dengan pandangan teori efek kehadiran media massa dari McLuhan yang disebut dengan teori perpanjangan alat indera (*sense extension*

*Theory*) yang menjelaskan pengaruh media radio terhadap perubahan perilaku khalayak. Menurut teori ini bentuk media saja sudah mempengaruhi khalayak, yang menyebutkan media adalah pesan itu sendiri (*the medium is the message*). Apa yang disampaikan media kepada masyarakat ternyata lebih dari apa yang akan diterima masyarakat itu jika mereka berkomunikasi tanpa media. Efek pesan yang disampaikan melalui media massa dapat dilihat dari dua pendekatan, yaitu pendekatan dalam mempelajari pengaruh media massa dan pendekatan dalam melihat jenis perubahan yang terjadi pada khalayak seperti perubahan perilaku (behavioral).

Nilai-nilai Islam dapat tetap eksis di permukaan bumi adalah karena peran dakwah. Tetapi nilai-nilai Islam dapat juga kabur atau bahkan hilang sama sekali dari permukaan bumi justru disebabkan oleh karena kegagalan dakwah. Oleh karena itu kegiatan dakwah melalui media radio merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan maju mundurnya Islam. Mengingat pentingnya kedudukan dakwah dalam Islam, maka dakwah semestinyalah dilaksanakan secara bujaksana dengan mempertimbangkan keadaan dan perkembangan zaman. Maka dalam pelaksanaannya harus dimanfaatkan hasil kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi modern untuk mendapat hasil yang maksimal.

Salah satu teknologi komunikasi modern yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah radio. Radio merupakan salah satu media elektronik yang mempunyai pengaruh untuk mensosialisasikan nilai-nilai Islam secara global. Menyadari peran dan pengaruh media radio yang demikian besar terhadap masyarakat, maka bukan mustahil media radio dimanfaatkan sebagai media



dakwah melalui berbagai program acara yang dikemas sedemikian rupa, sehingga memiliki daya tarik untuk didengar masyarakat.

Acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe merupakan sarana dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam yang dapat mempengaruhi pengamalan agama masyarakat, meskipun tidak secara keseluruhan namun diharapkan dapat memberikan sentuhan-sentuhan kalbu yang dapat membuat masyarakat tenang. Dengan karakteristik dari media radio, kehadiran radio sebagai media dakwah sudah lama dimanfaatkan. Akan tetapi bagaimana dakwah melalui radio agar lebih efektif adalah hal yang perlu dikaji lebih mendalam, seperti format program acara siaran dakwah Islam. Pemanfaat media radio untuk kepentingan dakwah sering dilakukan RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang sangat memperhatikan pendidikan agama, hal ini terlihat dari beberapa mata acara siaran agama Islam yang dikemas dengan berbagai format, diantaranya acara dialog agama Islam.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa:

1. Acara dialog agama Islam di RRI Lhokseumawe cukup baik dalam pelaksanaannya baik dari segi materi, narasumber dan alokasi waktu. Acara ini juga dapat diterima oleh kalangan dari usia manapun. Hal ini diindikasikan oleh hasil analisis deskriptif, dimana kebanyakan responden yang menyatakan tentang acara dialog agama Islam di RRI memiliki skor 31%.
2. Pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe dengan indikator, shalat, puasa dan zakat/infak sangat baik. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah mendengar acara dialog agama Islam di RRI. Hal ini diindikasikan dari hasil uji-t, dimana setiap peningkatan 1 derajat/satuan indek mendengar acara dialog agama Islam di RRI akan meningkatkan 0,210 pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe, disamping masyarakat telah memiliki 84,460 derajat/satuan pengamalan agama.
3. Terdapat pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di RRI terhadap pengamalan agama (korelasi antara X dan Y), yang diperoleh dari korelasi *produc moment*, yaitu r-hitung sebesar 0,203 sedangkan besarnya r-tabel

pada taraf signifikansi 5% (0,05) sebesar 0,165. Dengan demikian r-hitung lebih besar dari r-tabel, yaitu  $0,203 > 0,165$ , maka dapat dinyatakan bahwa variabel X dengan Y berhubungan. (korelasi). Selain itu dapat juga dilihat dari nilai probabilitas Sig.(2-tailed) sebesar 0.042. Oleh karena nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $p=0,042 < 0,05$ ), maka acara dialog agama Islam di RRI turut andil dalam meningkatkan pengamalan agama disamping faktor-faktor lainnya.

## **B. Saran-saran**

1. Acara dialog agama Islam di RRI memiliki andil dalam mempengaruhi pengamalan agama masyarakat disamping faktor-faktor lainnya, maka disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas acara dialog agama Islam baik dari segi materi acara, penentuan narasumber, format acara maupun penempatan waktu penyiaran.
2. Melihat daerah Aceh sebagai daerah yang menerapkan syari'at Islam, maka disarankan kepada RRI Lhokseumawe untuk lebih meningkatkan frekuensi penyiaran Islam dengan berbagai bentuk acara (format).
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dan dikembangkan untuk melihat pengaruh siaran agama Islam dalam bentuk acara lain terhadap variabel lainnya dalam masyarakat.

## DAFTAR BACAAN

- Asmuni Syukir. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.
- Aep Kusnawan. *Komunikasi & Penyiaran Islam Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar Media Cetak, Radio, televise, Film dan Digital*. Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Ahmad Rohani. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- A.Muis. *Komunikasi Islam*. Bandung: PT.Remaja Rosyda Karya, 2001.
- M. Aminuddin S Anwar. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Semarang: IAIN Walisongo, Fakultas Dakwah, 1985.
- Bandura, A. *Social learning Theory*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall; 1977.
- Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang : Asy-Syifa, 1998.
- DPR RI, *Undang-Undang Penyiaran No.32 Tahun 2012*, Bandung : Citra Umbara, 2002.
- Guilford, J. P. *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: Mc Graw-Hill Book Co. Inc, 1956.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosyda Karya, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005.
- Djuarsa Sendjaja. *Teori Komunikasi*. Jakarta: UT, 1994.
- John Vivian, *The Media of Mass Communication*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.

LPP RRI. *Pedoman Penyelenggaraan Siaran Program Satu Dan Dua*. Jakarta: LPP RRI, 2011.

Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS, 2001.

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 1994.

Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.

Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : CV. Remaja Karya, 1984.

\_\_\_\_\_. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV.mandar Maju, 1989.

\_\_\_\_\_. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Abadi, 2003.

\_\_\_\_\_. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: CV.Mandar Maju, 1992.

Palapah & Syamsuddin. *Pengantar Ilmu komunikasi*. Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, 1983.

P. Joko Subagyo. *Metode Peneiltian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.

Sari Dewi. *Pengaruh Acara Mimbar Agama Di Radio ASRI Terhadap Pelaksanaan Ibadah remaja Di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*. Semarang:IAIN Walisongo, 2004.

Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan. Meneropong Imbas Pesan Iklan televisi*, 2002.

Subiakto. *Metode Penelitian Komunikasi, Makalah pada minat Studi Media & Komunikasi*. Surabaya: UNAIR, 2005.

Syukur Kholil. *Komunikasi Islam*. Bandung: Citapustaka Media, 2007.

\_\_\_\_\_. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Citapustaka Media, 2006.

Theo Stokkink. *The Profesional "Presenter Penyiar Radio Profesional"*. Yogyakarta: Kanisius, 1997.

Zainul Inayati. *Pengaruh Siaran keagamaan Di Radio Bahurekso Sakti Terhadap Sikap Beragama Masyarakat Pendengarnya Di Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal*. Semarang: IAIN Walisongo, 1999.